

PERANAN MEDIA SOSIAL DALAM MEREDUKSI SENTIMEN ANTI-PARTAI DI INDONESIA: STUDI KASUS GAYA KOMUNIKASI POLITIK ADMIN X PARTAI GERINDRA

Arya Kamajaya Sasongko¹, Gede Agung Krisna Ambara², Irvan Fadhil³, Muhammad Firman Al-Khawarismi⁴, Najzwa Hanifah Azkarrula⁵
arya.kamajaya1202@mail.ugm.ac.id¹, gede.agung.krisna.ambara@mail.ugm.ac.id²,
irvan.fadhil@mail.ugm.ac.id³, mfirmanal2020@mail.ugm.ac.id⁴,
najzwa.hanifah1703@mail.ugm.ac.id⁵
Universitas Gadjah Mada

ABSTRAK

Partai politik merupakan salah satu instrumen penting dalam sistem demokrasi suatu negara. Sebab, partai politik pada dasarnya menjalankan beberapa fungsi seperti pendidikan politik, rekrutmen politik, dan kandidasi politik yang memainkan peran esensial dalam menjamin keberlanjutan sistem demokrasi. Namun, beberapa waktu belakangan ini terdapat suatu anomali pada sistem kepartaian di Indonesia berupa menguatnya sentimen anti-partai di masyarakat. Sentimen anti-partai ini tentunya sangat berbahaya sebab dapat memangkaskan saluran politik bagi masyarakat dalam memperjuangkan aspirasinya. Oleh karenanya, tulisan ini mencoba menggali dan menjabarkan suatu bentuk alternatif strategi yang dapat digunakan oleh partai politik untuk melawan sentimen anti-partai tersebut. Demi mencapai tujuan tersebut, tulisan ini akan mengambil sedikit referensi dari fenomena kemenangan Ferdinand Marcos Jr. (Bongbong) dan partainya di Pemilihan Presiden Filipina tahun 2022. Lalu, fenomena tersebut akan coba dikontekstualisasikan dengan kasus yang cukup serupa di Indonesia yaitu Partai Gerindra dan Prabowo Subianto. Dalam proses pengumpulan data sendiri, tulisan ini menggunakan metode big data di platform media sosial X dalam rentang waktu 17 Agustus 2022 – 30 April 2023. Hasil temuan dari tulisan ini adalah strategi komunikasi santai dan bersahabat yang admin X Partai Gerindra lakukan cukup efektif dalam menarik minat para netizen media sosial X. Lebih jauh, strategi tersebut juga terbukti mampu memanen sentimen positif dari mayoritas cuitan netizen di platform X terhadap Partai Gerindra sekaligus Prabowo Subianto. Hasil temuan tersebut secara tegas dan nyata membuktikan efektivitas dari yang dimainkan oleh media sosial dalam mereduksi sentimen anti-partai. Pada akhirnya, hasil temuan dari tulisan ini diharapkan mampu mengambil peran dalam mengisi kurangnya literatur politik di bidang analisis partai politik Indonesia dengan menggunakan metode big data. Lebih lanjut, tulisan ini juga diharapkan dapat menjadi salah satu katalisator perkembangan penelitian di bidang tersebut sehingga mampu semakin memperluas khazanah keilmuan terkait partai politik.

Kata Kunci: Big Data, Gerindra, Partai Politik, Sentimen, X.

PENDAHULUAN

Pemilu 2024 telah berada di depan mata. Hal ini menandakan bahwa pesta demokrasi sekaligus periode kontestasi politik terbesar se-Indonesia akan segera dimulai. Para partai politik pun mulai menyiapkan amunisi terbaiknya untuk menyongsong periode kontestasi ini. Namun, di tengah kondisi ini justru terjadi suatu anomali. Partai politik sebagai ujung tombak demokrasi malah menjadi institusi yang paling tidak dipercayai oleh masyarakat Indonesia. Hal tersebut dikonfirmasi oleh temuan dari lembaga survei Indikator Politik Indonesia (2022) yang menempatkan partai politik dalam peringkat terakhir dari sepuluh institusi negara yang dipercaya oleh masyarakat. Temuan tersebut juga sejalan dengan hasil survei oleh Lembaga Survei Indonesia (2023) yang juga

menemukan bahwa partai politik menempati posisi paling bawah pada aspek kepercayaan masyarakat terhadap lembaga negara.

Kondisi ini tentunya merupakan suatu hal yang sangat mengkhawatirkan. Sebagaimana disebutkan oleh Pamungkas (2010), merosotnya kepercayaan masyarakat pada partai politik dapat memicu menguatnya sentimen anti-partai. Sentimen anti-partai sendiri merupakan orientasi negatif terhadap partai politik baik di kalangan elit politik, intelektual maupun masyarakat umum (Poguntke, 1996). Hal ini biasanya disebabkan karena citra partai yang cenderung korup di mata masyarakat. Ditambah lagi, partai-partai kurang mampu menjalankan fungsinya dengan optimal sehingga masyarakat tidak dapat merasakan manfaat nyata dari keberadaan partai politik. Selain itu, metode kampanye konvensional yang digunakan oleh partai cenderung kurang mampu memperbaiki citra partai tersebut. Pontoh (2016) menyebutkan bahwa sikap anti-partai akan membahayakan demokrasi sebab sikap ini akan memangkas saluran politik bagi masyarakat dalam memperjuangkan aspirasinya. Hal ini tidak lain karena partai politik merupakan institusi yang berfungsi sebagai agregator kepentingan dalam negara demokrasi.

Untuk itu, diperlukan suatu strategi untuk mereduksi berkembangnya sentimen anti partai di masyarakat. Salah satu solusi yang cukup efektif dalam menanggulangi fenomena tersebut adalah penggunaan media sosial. Hal ini berangkat dari keberhasilan calon kandidat presiden Filipina yakni Ferdinand Marcos Jr. (Bongbong) dalam memenangkan Pemilihan Presiden Filipina 2022 dengan memanfaatkan media sosial Tiktok (Ahmad, 2022). Bongbong sendiri merupakan putra dari mantan diktator Filipina yang berkuasa selama 21 tahun yaitu Ferdinand Marcos Sr. Pada proses membangun dan memperbaiki citranya, Bongbong menggunakan media sosial untuk menyebarkan berbagai narasi misalnya bahwa masa pemerintahan ayahnya merupakan masa kejayaan bagi Filipina (Gotinga, 2022). Hal ini kemudian membuat mayoritas pemilih yang sebagian besar merupakan generasi muda memberikan dukungan politik yang besar pada Bongbong sehingga mampu memenangi Pemilu Filipina pada 2022 lalu. Keberhasilan Bongbong menggunakan TikTok untuk memenangkan pemilu menegaskan peran vital media sosial bagi partai politik, yaitu sebagai arena kegiatan politik modern.

Dinamika dan manuver politik yang dilakukan oleh Bongbong dan partainya selama rangkaian Pemilu Presiden Filipina 2022 sebenarnya dapat dikontekstualisasikan dengan kasus Partai Gerindra di Indonesia. Hal ini terlihat setidaknya disebabkan oleh dua faktor. Faktor pertama, Partai Gerindra juga memiliki seorang tokoh yaitu Prabowo Subianto yang sering diidentikkan dengan menantu dari seorang diktator sekaligus seorang yang terhubung dengan beberapa kejahatan kemanusiaan. Faktor selanjutnya, Partai Gerindra juga telah mengoptimalkan penggunaan media sosial utamanya twitter dalam melakukan komunikasi politiknya. Lebih jauh, komunikasi yang digunakan oleh Admin X @Gerindra juga menggunakan bahasa yang ringan dan penuh humor sehingga dianggap mampu menarik minat pemilih muda di Indonesia. Ditambah lagi, sekitar 55-60 persen pemilih pada Pemilihan Umum (Pemilu) 2024 di Indonesia merupakan pemilih muda yang berasal dari Generasi Z dan Milenial (Tempo, 2023). Kedua generasi tersebut merupakan generasi yang sudah secara intensif tersentuh oleh era digital. Sehingga, peran media sosial yang merupakan platform interaksi utama bagi kedua generasi tersebut menjadi sangat sentral pada proses pemilu ini. Melalui sarana berupa media sosial tersebut, para partai politik diharapkan mampu menggunakannya secara maksimal untuk menjalankan fungsinya secara optimal sehingga berujung pada perbaikan citra dari partai politik itu sendiri. Pada akhirnya, perbaikan citra partai tersebut diharapkan mampu bermuara pada suatu bentuk tujuan akhir yaitu konsolidasi demokrasi di Indonesia.

METODOLOGI

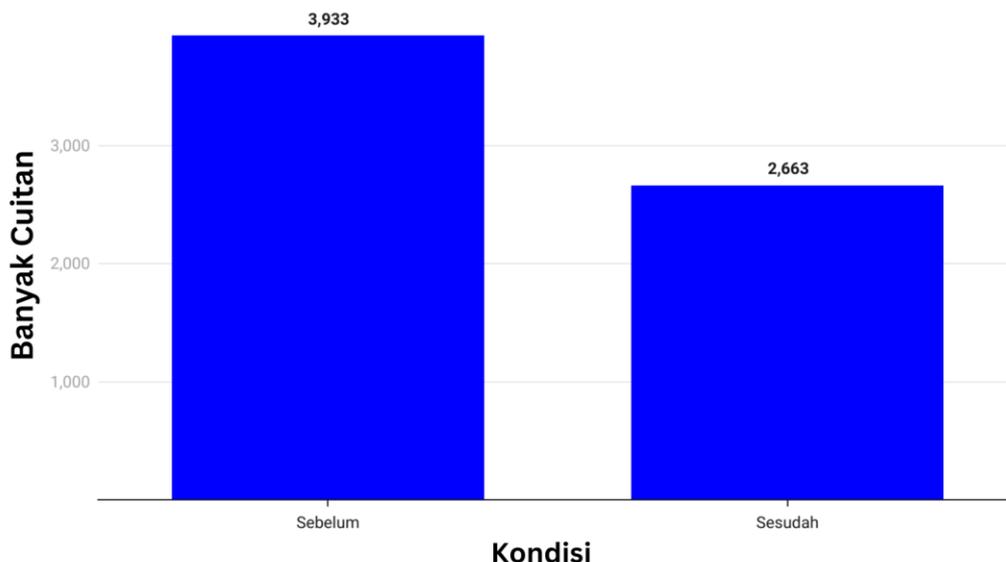
Penelitian ini menggunakan big data analytics sebagai pendekatan. Adapun dalam melakukan telaah terhadap gaya komunikasi admin X Partai Gerindra, penelitian ini mengambil data yang berasal dari media sosial X. Media sosial X dipilih sebagai sumber data dalam penelitian ini karena X (yang dulunya bernama Twitter) merupakan salah satu media sosial yang paling sering digunakan dalam komunikasi politik (Emeraldien et al., 2019). Adapun kata kunci yang digunakan dalam pengambilan data berusaha untuk merepresentasikan sentimen pengguna media sosial X terhadap gaya komunikasi admin X Partai Gerindra. Dataset yang diambil menggunakan rentang waktu antara 17 Agustus 2022 – 30 April 2023. Pemilihan rentang waktu ini mempertimbangkan ramainya pembicaraan dan interaksi yang melibatkan akun media sosial X Partai Gerindra pada rentang waktu tersebut.

Data yang telah diambil kemudian difiltrasi untuk selanjutnya divisualisasikan menjadi labelling (sentimen), social network analysis (SNA), dan word cloud. Visualisasi labelling digunakan untuk melihat persepsi pengguna media sosial X yang terdiri dari sentimen positif, netral, dan negatif. Sementara itu, visualisasi SNA dan word cloud masing-masing digunakan untuk melihat peta jaringan aktor yang terbentuk dan kata yang paling sering muncul dari interaksi yang ada. Untuk melengkapi konteks yang ada, penelitian ini juga memvisualisasikan linimasa, top influencer, serta top engaged tweet.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Line Count/Duplikasi

Perbandingan Jumlah Cuitan Selama Penghapusan Post Duplikatif



Setelah mengalami proses filtrasi cuitan dari pemrosesan data awal, menyaring cuitan yang relevan dengan query, sampai dengan menyaring cuitan dengan bahasa tertentu, didapatkan jumlah cuitan sebanyak 3.933. Namun pada saat proses labeling, ditemukan sebanyak 1270 cuitan yang duplikatif. Alhasil, cuitan final yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 2.663 cuitan. Adapun sejumlah cuitan yang menunjukkan interaksi antara admin Partai Gerindra dengan warganet tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Tempat Belanja Skincare Lokal @msbb_id · May 18, 2022

Dibeliin skincare sama ayang
 Dibeliin skincare sama admin @Gerindra



Pocky love
 Skincare/makeup love

1.7K replies, 6.7K retweets, 35K likes

Partai Gerindra @Gerindra · May 18, 2022

Gak sengaja itu kepencet, Min.

283 replies, 195 retweets, 4.7K likes

who she @haruspilihaku · May 18, 2022

Spil ke pak prabowo nih yaaa

1 reply, 1 retweet, 35 likes

Partai Gerindra @Gerindra

Jangan, dong. Nanti Pak Prabowo ngiranya Mindra gabut. 😊

Translate post

3:13 PM · May 18, 2022

Iamhappy @Iamthhappiest · Apr 11, 2022

Ada bagi THR ngga minndra? 😊

1 reply, 1 retweet, 1 like

Partai Gerindra @Gerindra

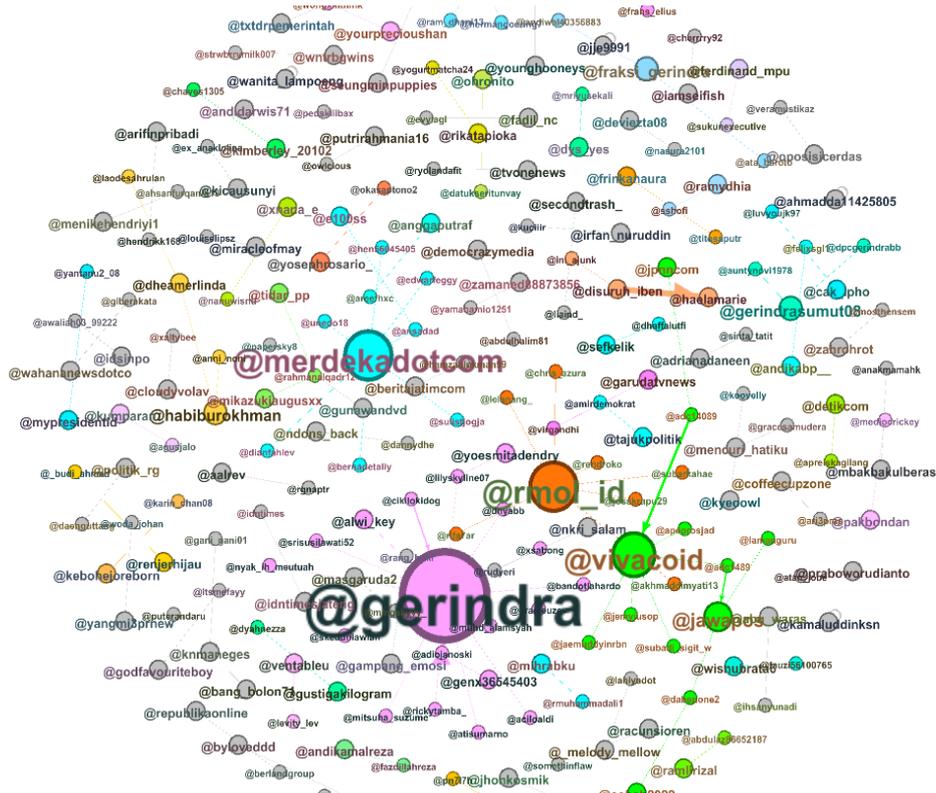
Didoakan aja ya, semoga Mindra dan kawan-kawan di sini diberikan rezeki yang lebih, agar bisa berbagi dengan warganet di Twitter. Aamiin.

Translate post

8:44 PM · Apr 11, 2022

2. Social Network Analysis (Sna)

Social Network Analysis (SNA) merupakan pisau analisis yang dapat digunakan untuk memetakan aktor yang terlibat dalam interaksi atau perbincangan di media sosial. Dalam hal ini, aktor yang terlibat dalam interaksi mengenai akun X Partai Gerindra ditunjukkan oleh gambar di bawah ini.

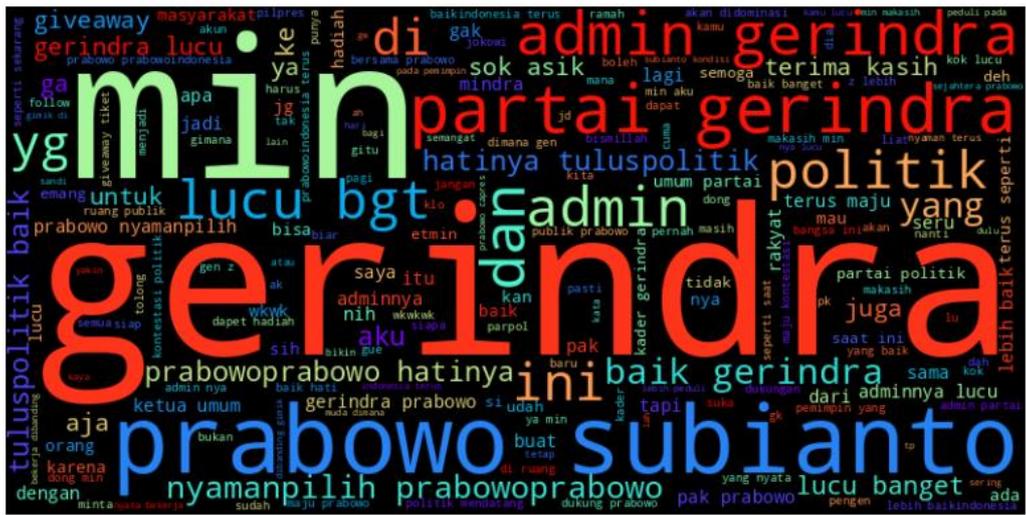


Melalui Gambar 1, dapat dilihat bahwa terdapat sangat banyak akun yang terlibat dalam interaksi mengenai akun X Partai Gerindra. Adapun semakin besar lingkaran menunjukkan semakin besar akun tersebut terlibat dalam interaksi yang ada. Sehingga, dalam hal ini, akun @gerindra menjadi akun yang paling banyak terlibat dalam interaksi, kemudian disusul oleh akun @merdekadotcom, @rmol_id, dan @vivacoid. Adapun warna dari setiap akun menunjukkan peta jaringan interaksi yang terbentuk. Sehingga, melalui Gambar 1 dapat terlihat bahwa akun @gerindra yang berwarna ungu memiliki peta jaringan interaksi dengan akun-akun lain yang juga berwarna ungu, seperti akun @srisusilawati, @alwi_key, @garudatvnews, dan lain-lain. Begitupula dengan akun-akun lain yang memiliki kesamaan warna.

3. Word Cloud

Word Cloud merupakan analisis yang digunakan untuk melihat kata apa yang paling sering muncul. Semakin banyak kata tersebut muncul di dalam interaksi yang ada, maka semakin besar kata tersebut tervisualisasikan dalam analisis word cloud. Selain memvisualisasikan word cloud dari semua perbincangan yang ada, penelitian ini juga memvisualisasikan word cloud sesuai dengan pembagian tiga jenis sentimen: positif, netral, dan negatif. Adapun hasil yang kemudian didapat adalah sebagai berikut:

a. umum/keseluruhan



Secara umum, kata yang paling sering muncul dalam interaksi mengenai akun X Partai Gerindra adalah kata “gerindra” itu sendiri kemudian disusul oleh kata “min” yang merupakan kependekan dari kata admin. Hasil tersebut menunjukkan bahwa interaksi yang ada pada dasarnya hanya berfokus pada admin Partai Gerindra saja. Meskipun begitu, satu hal yang juga menarik adalah tingginya word cloud untuk kata “prabowo subianto”. Hal ini menunjukkan bahwa nama ketua umum Partai Gerindra tersebut juga mendapatkan efek engagement dari perbincangan mengenai akun X Partai Gerindra

b. positif

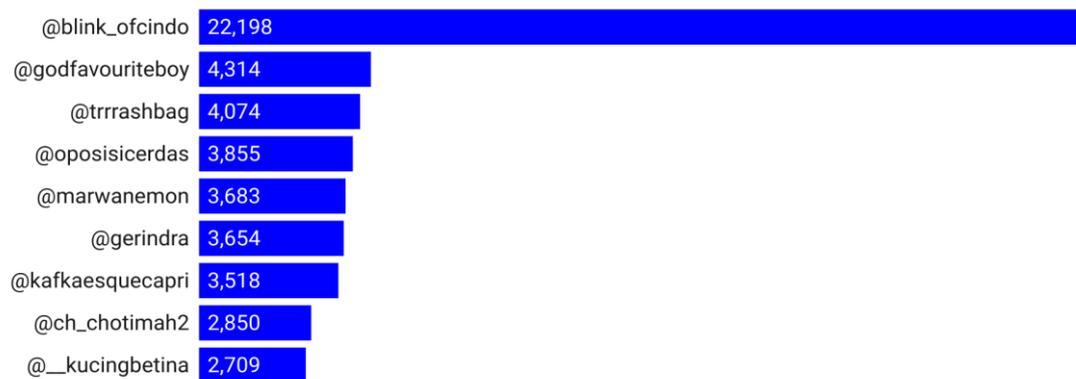


Sementara itu, dalam tweet yang sudah dikelompokkan menjadi kelompok tweet dengan sentimen positif, kata yang paling sering muncul dengan ditandai menjadi kata paling besar pada gambar x adalah “admin gerindra”. Hal ini kembali menegaskan bahwa respons warganet terfokus pada sosok admin X Partai Gerindra yang memiliki gaya komunikasi unik. Setelah itu, kata-kata yang sering muncul merupakan kata sifat, seperti “lucu banget” dan “gerindra lucu”. Hal ini mengindikasikan bahwa cara komunikasi

Sementara itu, kelompok tweet yang mengandung sentimen negatif memunculkan kata-kata, seperti “sok asik”, “blackpink”, “kepentingan politik”, dan lain-lain. Kata “sok asik” menunjukkan bahwa terdapat kelompok warganet yang memandang gaya komunikasi admin X Partai Gerindra sebagai sesuatu yang tidak wajar ataupun berlebihan. Sementara kata “blackpink” sejatinya muncul karena konteks yang terjadi pada saat admin X Partai Gerindra mendapatkan serangan digital dari kelompok pendukung Blackpink di Indonesia. Adapun serangan tersebut muncul karena Blink -sebutan untuk fans Blackpink- menganggap bahwa tindakan admin X Partai Gerindra yang membagikan tiket konser Blackpink sebagai sebuah tindakan politisasi grup idol mereka. Hal ini berkaitan pula dengan kata paling sering muncul berikutnya, yakni “kepentingan politik”, yang menunjukkan terdapat kelompok warganet, termasuk dalam hal ini adalah kelompok Blink, yang memandang bahwa cara berkomunikasi dari admin X Partai Gerindra penuh dengan kepentingan politik.

4. Top Influencer:

Top Influencer



Created with Datawrapper

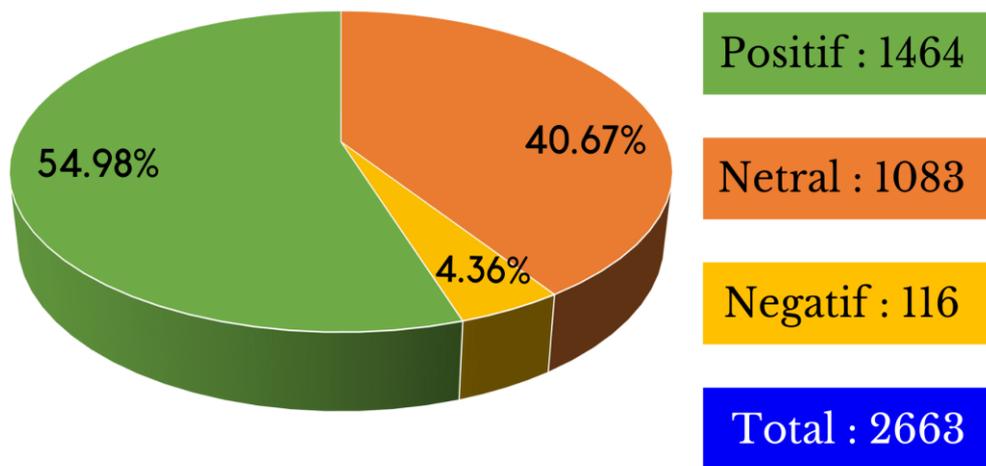
Top Influencer dalam perbincangan dan interaksi mengenai akun Gerindra sangat dipengaruhi oleh konteks yang berkembang di media sosial X. Dalam hal ini, penelitian ini menemukan bahwa akun X dengan username @blink_ofcindo merupakan akun dengan engagement paling besar, yakni mencapai 22,198 tweet. Adapun konteks yang mempengaruhi besarnya engagement dari akun @blink_ofcindo adalah tindakan admin X Partai Gerindra berupa bagi-bagi tiket konser grup idol asal Korea Selatan, Blackpink. Tindakan ini dimaknai oleh Blink Indonesia -sebutan untuk fanbase Blackpink- sebagai tindakan politisasi terhadap grup musik idola mereka. Akun @blink_ofcindo yang merupakan akun utama Blink di Indonesia lantas memobilisasi pengikutnya untuk melakukan serangan digital kepada admin X Partai Gerindra. Hal inilah yang kemudian memunculkan sentimen negatif terhadap gaya komunikasi admin X Partai Gerindra.

Hal yang kemudian menjadi menarik adalah tingginya engagement dari akun-akun pribadi. Hal ini terlihat pada Gambar 3 yang menunjukkan bahwa akun pribadi dengan nama akun @godfavouriteboy dan @trrrashbag menduduki peringkat ketiga dan keempat dalam Top Influencer. Adapun keduanya sama-sama memberikan respons yang positif terhadap gaya komunikasi admin X Partai Gerindra. Salah satu cuitan yang menarik dari akun @godfavouriteboy adalah “Bayangin Ngevotage Gerindra cuma gara2 adminnya lucu”. Cuitan tersebut mendapatkan like sejumlah 4037, komentar sebanyak 18, dan retweet sebanyak 172. Secara tersirat, cuitan tersebut juga menunjukkan bagaimana perilaku memilih warganet juga terpengaruh oleh gaya komunikasi yang menghibur dari admin X

Partai Gerindra. Sementara itu, akun @trrrashbag mendapatkan engagement yang tinggi setelah cuitannya yang memberikan testimoni setelah mendapatkan giveaway dari admin X Partai Gerindra. Sejumlah akun kemudian merespons cuitan tersebut dengan positif, seperti ingin mendapatkan hadiah yang serupa dari admin X Partai Gerindra ataupun memuji tindakan admin X Partai Gerindra. Hal ini pada dasarnya menunjukkan bahwa tindakan bagi-bagi yang dilakukan oleh admin X Partai Gerindra telah berhasil mempengaruhi sentimen publik terhadap akun tersebut.

5. Analisis Sentimen

Analisis Sentimen



Selain itu, penelitian ini juga menggunakan analisis sentimen yang terbagi menjadi tiga jenis, yaitu sentimen positif; sentimen negatif; dan sentimen netral. Dalam hal ini, penggunaan analisis sentimen dilakukan untuk menelaah persepsi warganet terhadap gaya komunikasi politik admin X Partai Gerindra dari tanggal 17 Agustus 2022 sampai 30 April 2023. Adapun hasil dari temuan analisis sentimen tersebut memperlihatkan bahwa dari total 2.663 cuitan yang didapat, sebanyak 1.464 (54,98%) cuitan bersentimen positif atau mendukung gaya kekinian dari admin X Partai Gerindra yang rutin melakukan interaksi sosial dan mengadakan giveaway. Cuitan-cuitan bersentimen positif ini seperti ditunjukkan pada gambar di bawah ini:



Kentang Rebus
@vwxyzeze



Anying adminnya lucu bet
[Translate post](#)



12:00 AM · Apr 22, 2023 · 54 Views



that mad-cat
@wickangeI



Anjir lucu banget mindra 🤔🤔
[Translate post](#)

7:40 AM · Apr 29, 2023 · 149 Views



kebab
@ryokuuy



Admin gerindra lucu bgt juteknya ky cewe pms 😂
[Translate post](#)



Partai Gerindra @Gerindra · Oct 2, 2022
Replying to @johnsimonwijaya and @adriansyahyasin
Oh.

6:13 AM · Oct 3, 2022



Mazzini ✓
@mazzini_gsp

...

So far liat balasan mimin @Gerindra ke netizen, aman sih, gak terkesan maksa atau sok asik, mungkin adminnya emang anak muda.
2024 pasar bebas Capres kan ya (kalau beneran gak jadi wacana 3 periode) lanjutin lah, bila perlu partai lain juga lakuin hal sama dalam komunikasi.

[Translate post](#)

11:10 PM · Mar 19, 2021

Kemudian, sebanyak 116 (4,36%) cuitan bersentimen negatif atau menentang gaya kekinian dari admin X Partai Gerindra yang rutin melakukan interaksi sosial dan mengadakan giveaway. Adapun sejumlah contoh dari cuitan bersentimen negatif adalah sebagai berikut:



HeyNoona!
@heynoona_id

...

Gak seru nih mainnya politik 😏 jangan riding the wave pake Kpop dong min 🙄

[Translate post](#)



Partai Gerindra ✓ @Gerindra · Mar 8, 2023

Selamat pagi tweeps, salam #IndonesiaRaya untuk BLINK Indonesia 🙌



6:24 PM · Mar 8, 2023 · 209 Views



Dakocan
@Dakocan2164



Sok asik lu min

[Translate post](#)

3:54 PM · Apr 28, 2023 · 16 Views



Kang_bro
@kang_maedo



Jangan sebut kata gerindra
Nanti adminnya yg sok asik itu nongol,,,
 

[Translate post](#)

6:45 PM · Oct 19, 2022



kayce
@lyliaa44



sama aja admin gerindra juga sok asik

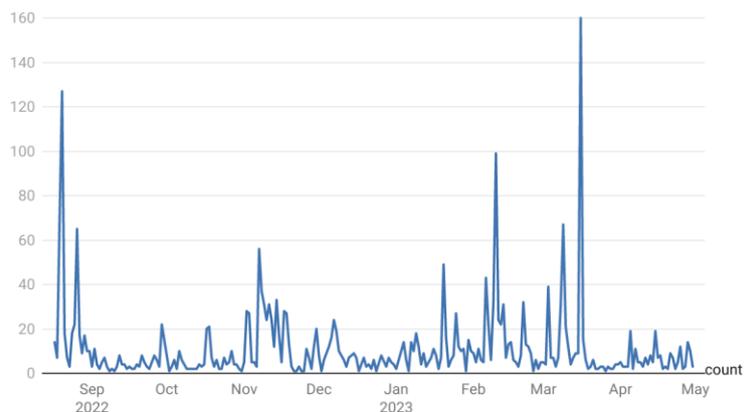
[Translate post](#)

9:19 AM · Dec 8, 2022

Sedangkan sisanya sebanyak 1.083 (40,67%) cuitan bersentimen netral dengan memberikan respons yang tidak mendukung, namun juga tidak menentang gaya kekinian dari admin X Partai Gerindra. Mendominasinya sentimen positif terhadap gaya komunikasi politik admin X Partai Gerindra menunjukkan bahwa strategi digital political public relations yang sedang dijalankan oleh Partai Gerindra mampu mengundang atensi dari Generasi Z dan Milenial supaya semakin tertarik dengan untuk mengikuti perkembangan politik terkini di tanah air.

6. Linimasa Tweet

Linimasa Tweet Count



Created with Datawrapper

Crawling data dalam penelitian ini yang dihimpun selama delapan bulan (September 2022-Mei 2023) menunjukkan bahwa terdapat tiga puncak traffic tweet pada 20 Agustus 2022 dengan 127 cuitan, 10 Februari 2023 dengan 99 cuitan dan 16 Maret 2023 dengan 160 cuitan. Pada pertengahan Agustus 2022, admin X Partai Gerindra getol melakukan interaksi berupa membalas (reply) cuitan-cuitan dari beberapa pengikut akun X partai Gerindra dengan kata-kata yang rapih dan lucu yang memicu banyak engagement pada akun X Partai Gerindra kemudian mencapai puncaknya pada 20 Agustus 2022. Banyak pengguna X yang mengatakan admin X Gerindra “lucu”, “seru”, dan “ramah”. Selain itu, terdapat sebagian pengguna X yang membujuk admin X Gerindra untuk mengadakan giveaway berupa uang ataupun barang seperti sepatu, baju, dan lain sebagainya. Puncak traffic terbesar ketiga yang terjadi pada 10 Februari 2023 kurang lebih memiliki pola yang sama dengan yang terjadi pada 20 Agustus 2022. Sedangkan pada awal hingga pertengahan Maret 2023, terdapat giveaway tiket konser Blackpink yang diadakan Partai Gerindra kepada pengikut akun X Partai Gerindra dan warga X lainnya dengan syarat berfoto dengan baliho bergambar Prabowo Subianto, Ketua Umum Partai Gerindra. Giveaway tersebut menuai protes dari banyak fans Blackpink (Blink) terutama dari akun fanbase Blackpink Indonesia (@Blink Indonesia). Akun tersebut menolak grup idola mereka, Blackpink, disangkut pautkan dengan politik. Pasalnya di Korea Selatan, negara dimana Blackpink bermarkas, sangat berhati-hati dan sensitif dalam menjaga jarak antara dunia hiburan dengan dunia politik.

KESIMPULAN

Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra) adalah salah satu partai politik yang berlandaskan ideologi nasionalis dengan memiliki basis massa yang cukup besar di negara Indonesia. Hal tersebut ditunjukkan dengan eksistensi Partai Gerindra yang mampu memperoleh kursi terbesar ke-3 di DPR RI pada tahun 2019. Namun, Partai Gerindra beserta seluruh partai politik lainnya yang berada di Indonesia tengah menghadapi suatu tantangan yang rumit. Hal tersebut dikarenakan, lambat laun tingkat kepercayaan publik terhadap partai politik makin menurun sehingga menyebabkan munculnya sentimen anti-partai di Indonesia. Untuk merespons hal tersebut, Partai Gerindra berupaya untuk mengubah citra elitis dari partai politik menjadi lebih humanis yang dilakukan dengan menggunakan gaya komunikasi politik khas masa kini di media sosial X. Berdasarkan data yang dihimpun melalui metode big data dari tanggal 17 Agustus 2022 sampai 30 April 2023 menunjukkan bahwa gaya komunikasi politik admin X partai gerindra berhasil mereduksi sentimen anti partai.

Kondisi tersebut dibuktikan dengan dari 2.663 cuitan yang dihimpun, sebanyak 1.464 atau 54,98% cuitan memiliki sentimen yang bernada positif kepada Partai Gerindra. Adapun frasa yang paling sering muncul pada sentimen positif, yakni “admin gerindra”, “lucu banget”, “gerindra lucu”, dan “giveaway”. Keempat frasa tersebut menunjukkan bahwa admin X Partai Gerindra telah berhasil membangun impresi positif dengan warganet X bahwa partai politik juga mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Selain itu, admin X Partai Gerindra juga telah berhasil untuk mengundang atensi dari Generasi Milenial dan Generasi Z sebagai pemilik suara terbesar pada pemilu tahun 2024 untuk menikmati politik riang gembira yang selalu digaungkan oleh Partai Gerindra. Dengan demikian, media sosial khususnya X yang digunakan oleh Partai Gerindra memiliki peranan yang krusial sebagai platform digital untuk mereduksi sentimen anti-partai di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, D. (2022, May 10). Menang Pilpres Filipina, Marcos Jr. Raih Pemilih Muda Lewat Tiktok dan Facebook. *tempo.co*. Retrieved January 30, 2023, from <https://dunia.tempo.co/read/1590279/menang-pilpres-filipina-marcos-jr-raih-pemilih-muda-lewat-tiktok-dan-facebook>
- Annur, C. M. (2023, May 31). Jumlah Pengguna Twitter di Indonesia Capai 14,75 Juta per April 2023, Peringkat Keenam Dunia. Retrieved November 11, 2023, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/31/jumlah-pengguna-twitter-di-indonesia-capai-1475-juta-per-april-2023-peringkat-keenam-dunia>
- Emeraldien, F. Z., Sunarsono, R. J., & Alit, R. (2019). Twitter sebagai Platform Komunikasi Politik di Indonesia. *SCAN: Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 14(1), 21-30.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York City: Knopf Doubleday Publishing Group.
- Gotinga, J. (2022, May 11). Kembali Berkuasanya Dinasti Marcos di Filipina Bukti Bahaya Disinformasi Sejarah. *VICE*. Retrieved January 30, 2023, from <https://www.vice.com/id/article/5dgx48/bongbong-marcos-anak-diktator-ferdinand-marcos-menang-pilpres-filipina-2022-berkat-disinformasi-sejarah-di-medsos>
- Heryanto, G. G., & Zarkasy, I. (2012). *Public Relations Politik*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Indikator Politik Indonesia. (2022, April 03). Trust Terhadap Institusi Politik, Isu-isu Mutakhir, dan Dinamika Elektoral Jelang Pemilu Serentak 2024. Retrieved January 28, 2023, from <https://indikator.co.id/rilis-survei-nasional-03-april-2022>
- Jones, E., & Pittman, S. (1982). Toward a General Theory of Strategic Self-Presentation. In Suls, J (Eds.), *Psychological Perspectives on the Self*, (pp. 231-262). London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Lembaga Survei Indonesia. (2023, August 30). Rilis Survei Nasional Isu-Isu Nasional dan Peta Komposisi Pilpres & Pileg. Retrieved January 28, 2023, from <https://www.lsi.or.id/post/rilis-lsi-30-agustus-2023>
- Nurazizah, N., & Al Hamid, R. (2023). Branding Partai Gerindra di Platfrom Twitter dalam Menghadapi Pemilu 2024 sebagai Sarana Perubahan Politik di Indonesia. *Jurnal Prodi Ilmu Politik*, 2(3), 170-182.
- Pamungkas, S. (2010, April 21). Sentimen Anti-Partai di Era Reformasi. Retrieved January 28, 2023, from <https://sigitp.staff.ugm.ac.id/?p=57>
- Poguntke, T. (1996). Anti-Party Sentiment - Conceptual Thoughts and Empirical Evidence: Explorations into a Minefield. *European Journal of Political Research*, 29(3), 319–344.
- Pontoh, C. H. (2016, March 28). Anti-Partai? *IndoPROGRESS*. Retrieved January 28, 2023, from <https://indoprogress.com/2016/03/anti-partai>
- Putri, A. N. A. (2021). Gaya Komunikasi Politik Twitter Partai Gerindra. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(2), 105-113.
- Stromback, J., & Kioussis, S. (2011). *Political Public Relations: Principles and Applications*. New York: Routledge.
- Stromback, J., & Kioussis, S. (2013). Political Public Relations: Old Practice, New Theory-Building. *The Public Relations Journal*, 7(4), 1-17.
- Tempo. (2023, February 17). KPU Sebut 60 persen Pemilih Indonesia di Pemilu 2024 Didominasi Kelompok Muda. Retrieved September 18, 2023, from <https://nasional.tempo.co/read/1692894/kpu-sebut-60-persen-pemilih-indonesia-di-pemilu-2024-didominasi-kelompok-muda>