



UNIVERSITAS INDONESIA

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK  
MELALUI MEDIA BARU  
(STUDI KUALITATIF KOMUNIKASI POLITIK FAISAL BASRI  
DAN BIEM BENJAMIN, CALON INDEPENDEN GUBERNUR &  
WAKIL GUBERNUR DKI JAKARTA, MELALUI MEDIA  
SOSIAL)

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Sains

Maya ElektriKA Puspitasari  
1006744774

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
KEKHUSUSAN MANAJEMEN KOMUNIKASI  
JAKARTA  
JUNI 2012

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Maya ElektriKA Puspitasari

NPM : 1006744774

Tanda Tangan :



Tanggal : 20 Juni 2012

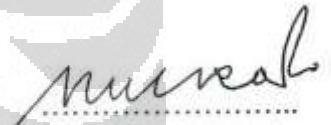
## HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :  
Nama : Maya Elektriكا Puspitasari  
NPM : 1006744774  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Tesis : Analisis Strategi Komunikasi Politik Melalui Media Baru (Studi Kualitatif Komunikasi Politik Faisal Basri & Biem Benjamin, Calon Independen Gubernur & Wakil Gubernur DKI Jakarta Melalui Media Sosial)

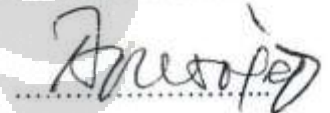
**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Sains pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.**

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Prof. Dr. Alois Agus Nugroho



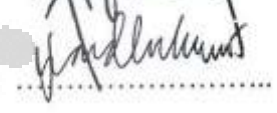
Penguji : Prof. Sasa Djuarsa Sendjaja, M.A., Ph.D



Penguji : Ir. Firman Kurniawan Sujono, M.Si



Penguji : Drs. Eduard Lukman M.A.



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 4 Juli 2012

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang selalu menyertai langkah-langkah peneliti dalam menyelesaikan tesis ini. Peneliti menyadari bahwa tesis ini tidak akan bisa selesai tanpa bantuan orang-orang yang bersedia meluangkan waktu dan pikirannya untuk membantu proses penyelesaian tesis. Untuk itu perkenankanlah peneliti untuk mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Pinckey Triputra, M.Sc., selaku Ketua Program Studi Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi.
2. Bapak Prof. Dr. Alois Agus Nugroho, selaku pembimbing *Reading Course* dan tesis. Terima kasih atas waktu, dukungan, arahan yang disertai kesabaran. Tiada pembimbing yang lebih baik yang pernah peneliti dapatkan.
3. Bapak Ir. Firman Kurniawan, M.Si, selaku penguji seminar dan tesis. Terima kasih untuk kritik dan saran yang sudah diberikan demi kemajuan penelitian ini.
4. Bapak Prof. Sasa Djuarsa Sendjaja, M.A., Ph.D., dan Drs. Eduard Lukman M.A. selaku penguji tesis. Terima kasih untuk masukan-masukan berguna bagi penelitian ini.
5. Para Dosen, karyawan dan staff sekretariat Program Studi Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi.
6. Faisal Basri dan Biem Benjamin, selaku objek dan pusat penelitian dari tesis ini, yang di tengah kesibukan mau meluangkan waktu dan mengizinkan peneliti untuk mengobservasi.
7. Tim kampanye Faisal-Biem bagian media sosial, terutama Azwar Zulkarnaen. Terima kasih telah meluangkan waktunya untuk wawancara dan membantu proses observasi dalam penelitian ini.
8. Yunarto Wijaya, selaku narasumber yang telah meluangkan waktu untuk wawancara dan memberikan pandangannya yang bermanfaat sebagai pengamat komunikasi politik.

9. Yoes Kenawas, selaku narasumber yang telah meluangkan waktu untuk wawancara.
10. Prof. Dr. Ir. Marsudi Wahyu Kisworo dan Dra. Taty Adiyanty, M.Si, selaku orangtua, pahlawan, serta inspirasi bagi peneliti. Terima kasih telah memberikan cinta, kepercayaan dan dukungan begitu besar bagi peneliti dalam meraih cita-cita.
11. Fauzia Dewi Kusumasari S.Kom, Dimas Prabowo Wicaksono, Karina, Alex, Eyang (putra) Ir. Soedadi, Almarhumah Eyang (putri) Roesmiati, Aderina, serta anggota keluarga lainnya yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu. Terima kasih atas kehangatan dan kasih sayangnya.
12. Tantri Nurhendianti, terima kasih untuk selalu ada dan menemani setiap langkah penting dalam hidup. Devi, Moniq, Boba, Patria, Ari, serta seluruh sahabat-sahabat yang telah memberikan bantuan dan warna keceriaan selama proses penyelesaian tesis ini.
13. Rekan-rekan kerja di The Jakarta Post, khususnya divisi online. Terima kasih atas pengertiannya.
14. Teman-teman seperjuangan dan seluruh mahasiswa Manajemen Komunikasi. Terima kasih atas kebersamaannya selama ini.
15. Niskala, *my future kid*.

Akhir kata, peneliti mohon maaf apabila terdapat kekurangan-kekurangan dalam penyusunan tesis ini. Semoga penelitian ini dapat berguna bagi perkembangan ilmu komunikasi dan peneliti lain yang ingin memperdalam topik ini. *Amat Victoria Curam!*

Jakarta, Juni 2012



Maya Elekrika Puspitasari

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maya Elektriكا Puspitasari  
NPM : 1006744774  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik  
Jenis Karya : Tesis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Analisis Strategi Komunikasi Politik Melalui Media Baru (Studi Kualitatif Komunikasi Politik Faisal Basri & Biem Benyamin, Calon Independen Gubernur & Wakil Gubernur DKI Jakarta, Melalui Media Sosial)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta  
Pada Tanggal: 18 Juni 2012  
Yang Menyatakan



Maya Elektriكا Puspitasari

## ABSTRAK

Nama : Maya Elektriكا Puspitasari  
Program Studi: Manajemen Komunikasi  
NPM : 1006744774  
Judul : Analisis Strategi Komunikasi Politik Melalui Media Baru (Studi Kualitatif Komunikasi Politik Faisal Basri dan Biem Benjamin, Calon Independen Gubernur & Wakil Gubernur DKI Jakarta, melalui media sosial)

Penelitian ini mendeskripsikan strategi komunikasi politik melalui media sosial yang dilakukan oleh calon independen Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta, Faisal Basri dan Biem Benjamin. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan desain deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faisal-Biem telah menyampaikan pesan-pesan berulang di media sosial dengan metode informatif dan edukatif, namun kurang persuasif. Secara garis besar, strategi komunikasi politik yang dilakukan cukup optimal terutama dalam membangun citra politik sebagai pemain baru di kancah perpolitikan. Elemen-elemen penting dalam pembentukan citra sudah saling terintegrasi dan dibangun secara bersamaan dalam strategi yang dilakukan oleh Faisal-Biem. Citra independen dan bersih yang dikomunikasikan melalui media sosial telah diwujudkan dengan sistem penggalangan donasi *online*. Pemeliharaan citra tersebut dilakukan dengan penciptaan hubungan, meski masih tergolong statis. Tidak hanya independensinya, dominasi media sosial pada strategi yang dilakukan oleh Faisal-Biem juga telah menambahkan warna baru bagi demokrasi dan juga menjadi pembelajaran politik terutama dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta 2012. Meski peran media konvensional belum tergantikan, namun keberadaan media sosial dapat menjadi senjata pelengkap dalam berkomunikasi dan membentuk citra politik. Penelitian ini hanya fokus kepada pemaparan strategi komunikasi politik dan pembentukan citra, untuk itu diperlukan penelitian lebih lanjut pada pasca-pemilihan untuk mengukur tingkat keberhasilannya.

Kata Kunci: komunikasi politik, pembentukan citra politik, pemilihan gubernur DKI Jakarta, media sosial

## ABSTRACT

Name : Maya Elektriika Puspitasari  
Program : Communication Management  
NPM : 1006744774  
Title : Analysis of Political Communication Strategies Through New Media (A Qualitative Study of The Political Communication of Faisal Basri and Biem Benjamin, Independent Candidates for DKI Jakarta Gubernatorial Election, Through Social Media)

This study describes the political communication strategy through social media conducted by independent candidates for DKI Jakarta gubernatorial election, Faisal Basri and Biem Benjamin. This is a descriptive qualitative research, focus on Faisal-Biem's strategy in communicating and building political image. Faisal-Biem had successfully delivered political verbal text messages with redundancy, informative and educative methods, but less persuasive. However, the political communication strategy in building political brand as a newcomer in the political arena was well managed. Essential elements in the personal branding concept have been integrated well with each other and built simultaneously. The online donations system became a realization of their independent image. Not only their independence, but the dominant use of social media in their strategy has brought a new atmosphere as well as a political education for the democracy system in Indonesia. Although the role of the conventional media has not been replaced, the existence of social media could be an effective complementary weapon in communicating and forming political brand. Further research after the Jakarta gubernatorial election is needed to measure the success rate.

Keyword: political communication, political branding, DKI Jakarta gubernatorial election, social media



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYAAAN ORISINAITAS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<b>1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Penelitian Terdahulu .....	7
1.5 Signifikansi Penelitian .....	8
1.5.1 Signifikansi Akademis .....	8
1.5.2 Signifikansi Praktis .....	8
1.5.3 Signifikansi Sosial .....	9
<b>2. KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>	<b>10</b>
2.1 Komunikasi Politik .....	10
2.2 Strategi Komunikasi Politik .....	13
2.3 Pembentukan Citra Politik .....	18
2.4 Internet dalam Komunikasi Politik .....	23
2.4.1 Kemunculan Media Baru .....	23
2.4.2 Media Baru dalam Komunikasi Politik .....	28
2.4.3 <i>Computer-Mediated Communication</i> .....	29
2.5 Media Sosial .....	31
2.5.1 Twitter .....	33
2.5.2 Facebook .....	36
2.5.3 Blog .....	41
2.6 Skema Alur Penelitian .....	44
<b>3. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	46
3.2 Metode Pengumpulan Data .....	47
3.3 Teknik Analisa Data .....	50
3.4 Pembatasan Penelitian .....	51
<b>4. STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK FAISAL-BIEM MELALUI MEDIA BARU .....</b>	<b>52</b>
4.1 Calon Independen Gubernur & Wakil Gubernur DKI Jakarta 2012 .....	52

4.1.1	Profil Faisal Basri & Biem Benjamin .....	52
4.1.2	Perjalanan Faisal-Biem Menuju DKI 1 .....	54
4.1.3	Sejarah Faisal-Biem di Media Sosial .....	55
4.2	Pembahasan .....	56
4.2.1	Strategi Komunikasi Politik Faisal-Biem Melalui Media Sosial ..	57
4.2.1.1	<i>Selective Self-Presentation</i> .....	57
4.2.1.2	Optimalisasi Pengelolaan Pesan .....	62
4.2.1.3	<i>Many-to-many Communication</i> .....	71
4.2.2	Optimalisasi Media Baru sebagai Sarana Pembentukan Citra Politik Faisal Basri dan Biem Benjamin .....	73
4.3	Tanggapan Mengenai Penggunaan Media Sosial dalam Kampanye Politik Faisal-Biem .....	81
4.3.1	Wawancara dengan Yunarto Wijaya .....	82
4.3.2	Wawancara dengan Yoes C. Kenawas .....	86
4.4	Diskusi .....	89
<b>5.</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	97
5.1	Kesimpulan .....	97
5.2	Saran dan Rekomendasi.....	100
	<b>DAFTAR REFERENSI</b> .....	103

## DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

### DAFTAR GAMBAR

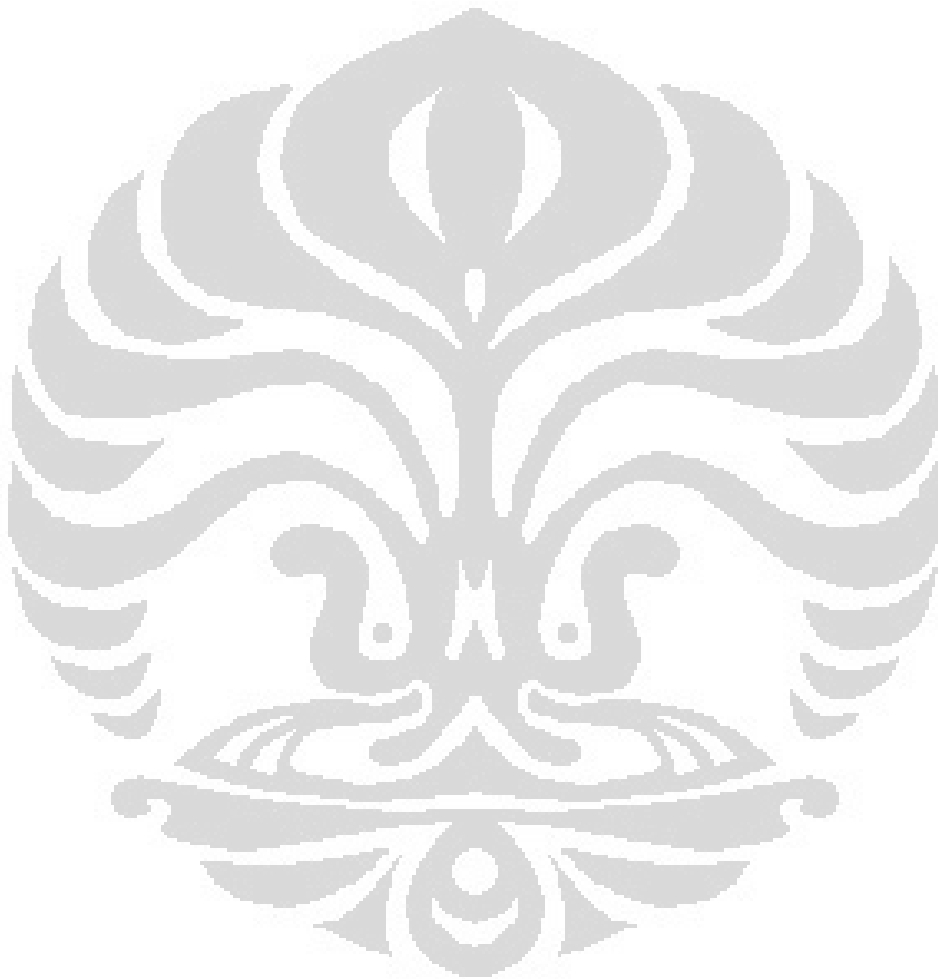
Gambar 1.1 Peringkat Penggunaan Internet di Asia .....	1
Gambar 1.2 Data Penggunaan dan Populasi Internet .....	2
Gambar 1.3 Logo Faisal-Biem .....	5
Gambar 2.1 Twitter .....	34
Gambar 2.2 Peringkat 20 Besar Negara Pengguna Twitter .....	35
Gambar 2.3 Daftar Negara Pengguna Facebook .....	36
Gambar 2.4 Tampilan Facebook .....	38
Gambar 4.1 Kumpulan Artikel Profil Faisal-Biem .....	61
Gambar 4.2 Bentuk Presentasi Diri Faisal-Biem .....	62
Gambar 4.3 Serangkaian <i>Tweets</i> Berisi Program Faisal-Biem .....	69
Gambar 4.4 <i>Many-to-Many Communication</i> Mengenai Faisal-Biem .....	72
Gambar 4.5 Rangkaian Pembentukan Elemen <i>You</i> oleh Faisal-Biem .....	75
Gambar 4.6 Tampilan Donasi Online .....	78
Gambar 4.7 Analisa Percakapan Mengenai Faisal-Biem pada 9 April 2012 hingga 15 April 2012.....	79
Gambar 4.8 Analisa Percakapan Mengenai Faisal-Biem pada 16 April 2012 hingga 21 April 2012 .....	80
Gambar 4.9 Daftar Pembicara Teraktif Mengenai Faisal-Biem .....	81
Gambar 4.10 <i>Tweet</i> dengan Respon Tertinggi di Bulan April .....	81
Gambar 4.11 Tampilan Situs Faisal-Biem .....	90
Gambar 4.12 Kumpulan Video di Saluran Youtube Faisal-Biem .....	91
Gambar 4.13 Ajakan untuk Memberikan Video Testimoni.....	92

### DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kelebihan dan Kelemahan Media Komunikasi Politik.....	18
Tabel 4.1 Klasifikasi Citra Faisal-Biem dalam Pesan .....	73

## DAFTAR LAMPIRAN

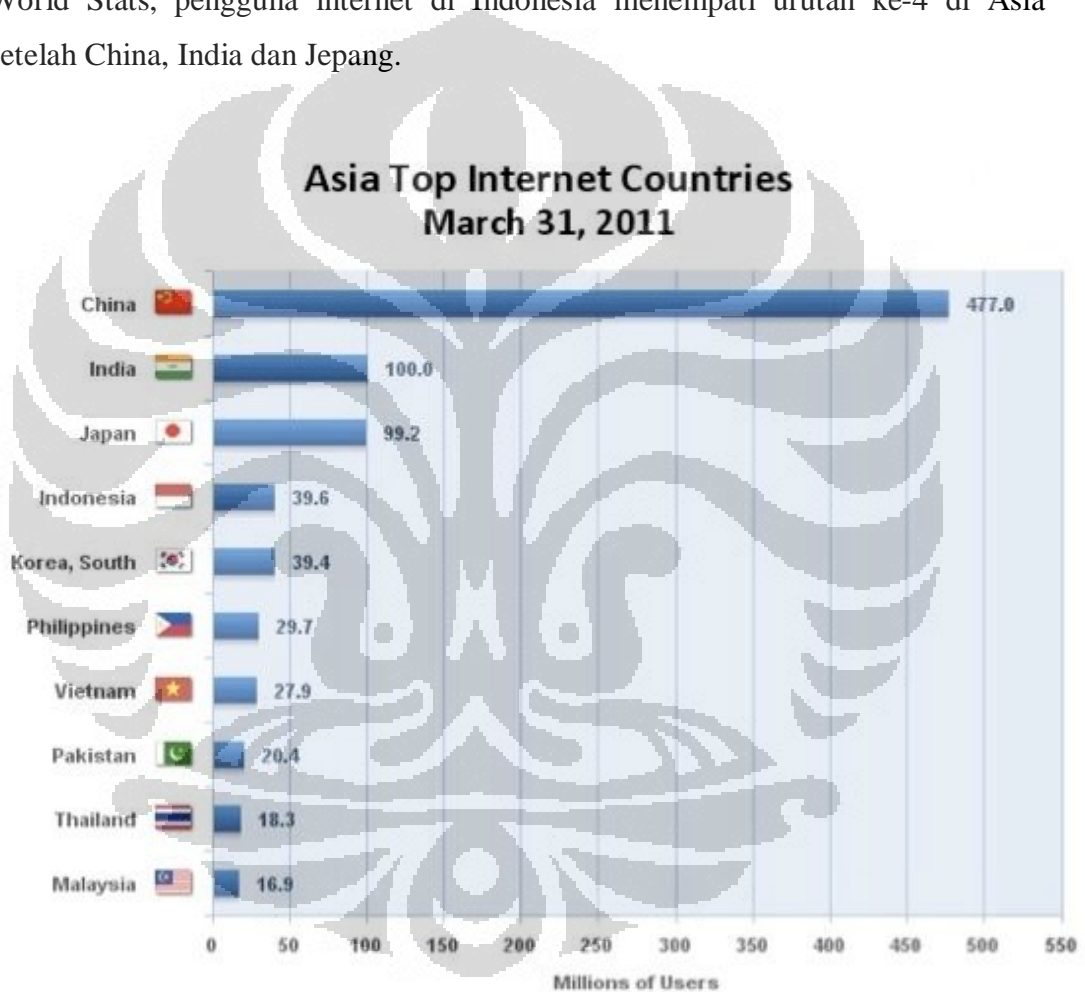
Lampiran 1. Transkrip Wawancara dengan Azwar Zulkarnaen .....	106
Lampiran 2. Transkrip Wawancara dengan Yunarto Wijaya .....	110
Lampiran 3. Transkrip Wawancara dengan Yoes Kenawas .....	120
Lampiran 4. Transkrip Twitter Faisal-Biem Periode April-Juli 2012.....	124



## BAB 1 PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Internet, atau yang umumnya dikaitkan dengan istilah media baru, telah merevolusi tata cara berinteraksi dan berpolitik di Indonesia. Menurut Internet World Stats, pengguna internet di Indonesia menempati urutan ke-4 di Asia setelah China, India dan Jepang.



Source: Internet World Stats - [www.internetworldstats.com/stats3.htm](http://www.internetworldstats.com/stats3.htm)

Gambar 1.1 Peringkat Penggunaan Internet di Asia

Sumber: <http://internetworldstats/stats3.htm>

Riset MarkPlus Insight terhadap *urban netizen* di Indonesia yang dilakukan pada bulan Agustus – September 2011 di kota-kota besar antara lain Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Surabaya, Bandung, Semarang,

Medan, Makassar, Denpasar, Pekanbaru, Palembang, dan Banjarmasin terhadap 2.161 pengguna Internet di Indonesia menunjukkan bahwa jumlah pengguna Internet di Indonesia pada tahun 2011 sudah mencapai 55.000.000 orang, meningkat dari tahun sebelumnya di angka 42.000.000<sup>1</sup>.

ASIA INTERNET USAGE AND POPULATION						
ASIA	Population (2011 Est.)	Internet Users, (Year 2000)	Internet Users, 31-Dec-11	Penetration (% Population)	Users % Asia	Facebook 31-Dec-11
Afganistan	29,835,392	1,000	1,256,470	4.2 %	0.1 %	257,180
Armenia	2,967,975	30,000	1,396,550	47.1 %	0.1 %	242,140
Azerbaijan	8,372,373	12,000	3,689,000	44.1 %	0.4 %	604,040
Bangladesh	158,570,635	100,000	5,501,609	3.5 %	0.5 %	2,252,800
Bhutan	708,427	500	98,728	13.9 %	0.0 %	64,000
Brunei Darussalem	401,890	30,000	318,900	79.4 %	0.0 %	234,800
Cambodia	14,701,717	6,000	449,160	3.1 %	0.0 %	449,160
China *	1,336,718,015	22,500,000	513,000,000	38.4 %	50.5 %	527,380
Georgia	4,585,874	20,000	1,300,000	28.3 %	0.1 %	725,160
Hong Kong *	7,122,508	2,263,000	4,894,913	68.7 %	0.5 %	3,793,100
India	1,189,172,906	5,000,000	121,000,000	10.2 %	11.9 %	41,399,720
Indonesia	245,613,043	2,000,000	55,000,000	22.4 %	5.4 %	41,777,240
Japan	126,475,664	47,080,000	101,228,736	80.0 %	10.0 %	6,267,540
Kazakhstan	15,522,373	70,000	5,448,965	35.1 %	0.5 %	362,420
Korea, North	24,457,492	--	--	--	--	n/a
Korea, South	48,754,657	19,040,000	40,329,660	82.7 %	4.0 %	5,355,880
Kyrgystan	5,587,443	51,600	2,194,400	39.3 %	0.2 %	64,620
Laos	6,477,211	6,000	527,400	8.1 %	0.1 %	129,660
Macao *	573,003	60,000	308,797	53.9 %	0.0 %	199,720
Malaysia	28,728,607	3,700,000	17,723,000	61.7 %	1.7 %	12,060,340
Maldives	394,999	6,000	114,100	28.9 %	0.0 %	114,100
Mongolia	3,133,318	30,000	355,524	11.3 %	0.0 %	285,340
Myanmar	53,999,804	1,000	110,000	0.2 %	0.0 %	n/a
Nepal	29,391,883	50,000	2,031,245	6.9 %	0.2 %	1,403,420
Pakistan	187,342,721	133,900	29,128,970	15.5 %	2.9 %	5,887,400
Philippines	101,833,938	2,000,000	29,700,000	29.2 %	2.9 %	27,033,680
Singapore	4,740,737	1,200,000	3,658,400	77.2 %	0.4 %	2,661,360
Sri Lanka	21,283,913	121,500	2,503,194	11.3 %	0.2 %	1,182,720
Taiwan	23,071,779	6,260,000	16,147,000	70.0 %	1.6 %	11,600,260
Tajikistan	7,627,200	2,000	794,483	10.4 %	0.1 %	27,200
Thailand	66,720,153	2,300,000	18,310,000	27.4 %	1.8 %	13,276,200
Timor-Leste	1,177,834	0	2,361	0.2 %	0.0 %	n/a
Turkmenistan	4,997,503	2,000	110,924	2.2 %	0.0 %	12,060
Uzbekistan	28,128,600	7,500	7,550,000	26.8 %	0.7 %	105,920
Vietnam	90,549,390	200,000	30,516,587	33.7 %	3.0 %	3,607,220
<b>TOTAL ASIA</b>	<b>3,879,740,877</b>	<b>114,304,000</b>	<b>1,016,799,076</b>	<b>26.2 %</b>	<b>100.0 %</b>	<b>183,963,780</b>

Gambar 1.2 Data Penggunaan dan Populasi Internet

Sumber: <http://internetworldstats.com/stats3.htm>

<sup>1</sup> Majalah Marketeers edisi Oktober 2011

Internet merupakan sebuah media baru yang kini banyak digunakan dalam berkomunikasi politik. Gary W. Selnow menyebutkan bahwa komunikasi politik melalui internet dapat dilakukan hampir tanpa biaya atau biayanya tidak sebesar jika menggunakan media massa konvensional seperti koran dan televisi. Yang dibutuhkan hanya peralatan dan ketrampilan yang relatif sederhana bagi kelompok-kelompok dengan sumber dana terbatas untuk dapat memelihara dan mengembangkan akses ke kalangan yang tersebar luas secara geografis. Selnow juga mengatakan bahwa internet merupakan media yang terdesentralisasi atau tersegmentasi. Berbeda dengan media konvensional seperti koran, majalah, televisi yang tercentralisasi. Internet dapat lebih canggih dan efisien dalam membidik sasaran komunikasi yang spesifik.

Maka pantas jika dikatakan kehadiran internet telah membawa sebuah harapan dan warna baru dalam sistem demokrasi di Indonesia. Cangara (2009) mengatakan bahwa keberadaan internet diharapkan dapat memfasilitasi penyebaran informasi publik dan politik, termasuk menjadi jembatan untuk kelompok oposisi dan minoritas yang dimarginalkan untuk menyuarakan keinginan dan hak-haknya, pada saat media massa seperti radio, surat kabar dan televisi banyak dikontrol dan dikuasai oleh para penguasa pemerintah.

Keberadaan internet telah mengubah cara seseorang, organisasi, institusi politik, dan pemerintah dalam berkomunikasi dan berdiskusi mengenai politik dikarenakan jaringan komunikasi internet menawarkan akses tanpa batas dan fasilitas untuk menyuarakan agenda politik kepada masyarakat global (Tedesco, 2004). Implementasi media baru dalam komunikasi politik mampu menjadi sebuah sarana intensif, ekspresif, efektif dan efisien antara politikus dengan publiknya. Maka tidak heran jika kini para politisi berlomba-lomba menempuh jalan virtual untuk membangun citra dengan memanfaatkan jejaring sosial.

Katz (1997) mengatakan bahwa generasi digital memiliki 3 modal kekuatan politik utama yaitu teknologi, pendidikan dan komunikasi yang mampu memperkokoh *civil society* dan pola politik baru berdasarkan rasional, pembagian informasi, pencarian kebenaran dan pembentukan komunitas-komunitas baru.

Chris Kelly, *Chief Privacy Officer and Head of Global Public Policy* Facebook, menyatakan bahwa terlibat dalam politik merupakan bentuk paling

awal dari *social network*<sup>2</sup>. Istilah *social networking* merupakan suatu keadaan dimana seorang individu dapat terpengaruh di lingkungan jaringan sosial mereka dengan kejadian yang terjadi di sekitar lingkungan sekitar mereka (Fowler dan Christakis, 2008). Terdapat beberapa jejaring sosial yang banyak digunakan sebagai media pemasaran politik, di antaranya yaitu Twitter, Blog, dan Facebook.

Seperti ditulis Greg pada tulisannya yang berjudul *Why The Web Wins*<sup>3</sup>, Web dirancang dengan dua atribut dasar yaitu: konektivitas dan universalitas, keduanya menyediakan diri untuk gerakan-gerakan politik organik. Jejaring sosial menyediakan konektivitas yang lebih luas untuk penggunaannya. Karakteristik unik jejaring sosial tersebut berpotensi untuk penggunaan strategi *viral marketing politic*.

Tren *Campaign 2.0* makin menguat setelah seluruh dunia digegerkan oleh kemenangan Barack Obama pada Pemilu Amerika Serikat lalu. Selain menjadi media diskusi, pembentukan citra atau opini, dan pengembangan komunitas, tim kampanye Obama memperkenalkan manfaat internet sebagai sarana penggalangan donasi politik. Media baru dan Barack Obama menjadi satu kesatuan aksi. Ia telah memenuhi prasyarat pertama dari *social media marketing*, yakni menempatkan dirinya pada jaringan sosial dunia maya dan membuat dirinya populer.

Di Indonesia, salah satu contoh pemanfaatan Internet dalam kampanye politik dapat dilihat pada strategi tim Faisal-Biem yang hendak maju pada pemilihan Gubernur DKI 2012 melalui jalur independen yang lahir dari adanya kejenuhan dan ketidakpuasan terhadap partai politik. Faisal Basri menyatakan bahwa untuk menghemat anggaran kampanye, ia dan timnya akan menggunakan strategi memaksimalkan situs jejaring sosial serta berinteraksi langsung dengan masyarakat dengan mengoptimalkan peran relawan di tiap pos.<sup>4</sup>

Faisal Basri tercatat aktif di media sosial salah satunya Twitter, sejak 2009. Akun @FaisalBasri dihiasi kicauan seputar perekonomian Indonesia dan seringkali mengkritisi kebijakan pemerintah. Di awali pada pertengahan tahun 2011, Faisal Basri berupaya menggalangkan dukungan untuk pencalonannya

<sup>2</sup> Five Main Ways to Use Social Networking in Politics  
[http://ndn-newpol.civicaactions.net/.../NPI\\_Leverage\\_Social\\_Networks.pdf](http://ndn-newpol.civicaactions.net/.../NPI_Leverage_Social_Networks.pdf)

<sup>3</sup> <http://www.digitaltonto.com/2010/why-the-web-wins/>

<sup>4</sup> <http://megapolitan.kompas.com/read/2012/02/08/07070696/.Saweran.Faisal.Basri.Kumpulan.Rp.980.Juta>



sebagai Gubernur DKI Jakarta 2012-2017. Dimulai dengan aktif menyebarkan informasi berupa alamat sekretariat tim sukses, program-program yang ia miliki, hingga tanya-jawab seputar Jakarta maupun dirinya melalui media sosial.

Setelah resmi berpasangan dengan Biem Benjamin, ia mengubah akun Twitter pribadinya menjadi @FaisalBiem. Faisal-Biem memahami potensi media sosial, maka mereka menciptakan sebuah tim khusus yang terdiri dari 15 orang untuk menangani media sosial. Tim ini bertugas untuk membantu mengembangkan strategi komunikasi politik berkaitan dengan kampanye *online* dan pembentukan citra dari Faisal-Biem.

Selama setahun kebelakang ia gencar menyuarakan ide dan gagasan ke 47.252 *followers* melalui akun Twitter resminya @FaisalBiem (yang dulu terdaftar dengan nama @FaisalBasri), dan juga akun Twitter @TimFaisalBiem yang memiliki 1908 pengikut<sup>5</sup>. Timnya juga membuat halaman “Faisal Basri – Biem Benjamin GUBERNUR INDEPENDEN 2012”<sup>6</sup> di jejaring sosial Facebook yang tercatat mendapat lebih dari 2357 *likes*.

Berita, visi-misi, agenda, galeri foto maupun testimoni mengenai Faisal dan Biem dapat dilihat pada situs resminya <http://www.faisal-biem.com> yang memiliki tampilan sederhana namun padat dan terkini.



Gambar 1.3 Logo Faisal-Biem

Sumber: <http://faisal-biem.com>

<sup>5</sup> <http://twitter.com/faisalbiem> ; <http://twitter.com/timfaisalbiem>, tercatat pada 11:25 WIB, 10 April 2012

<sup>6</sup> <http://www.facebook.com/faisalbiem>

Faisal-Biem tidak main-main dalam pengaplikasian media sosial sebagai salah satu saluran komunikasi politiknya. Kecocokan antara strategi Faisal-Biem dengan media sosial terjalin dari kebutuhan untuk berkomunikasi secara masif dan murah. Sebagaimana diketahui, Faisal-Biem adalah kandidat independen yang tidak terikat dengan pemodal maupun partai manapun. Dari segi besarnya dana kampanye, angka yang dimiliki Faisal-Biem tidak sebesar kandidat-kandidat lainnya. Oleh karena itulah internet menjadi solusi dari keterbatasan modal dalam proses komunikasi politik.

Memanfaatkan potensi Twitter, Website, Facebook dan lainnya dengan modal awal Rp. 2.000.000 dalam upaya mengumpulkan dukungan<sup>7</sup>. Timnya juga membuat terobosan dalam memanfaatkan teknologi informasi. Dengan didukung oleh tim relawan yang melek IT, Faisal-Biem membuat Twitter client sendiri untuk tujuan penyebaran informasi dan kampanye. Selain itu mereka juga membuat sistem penggalangan donasi digital atau *web-based* yang transparan. Hal ini mengindikasikan bahwa pertarungan kandidat gubernur di Jakarta tidak lagi sekedar pertarungan kekuatan politik dan pembentukan citra antar kandidat, tetapi juga pertarungan kekuatan teknologi masing-masing tim terutama dalam penguasaan teknologi sosial media.

Meski belum dapat dipastikan apakah semua aliran dukungan diperoleh dari penetrasi di dunia maya, namun pasangan Faisal Basri dan Biem Benjamin telah mencatat sebuah sejarah baru dan pembelajaran politik tersendiri dimana figur independen dapat menarik dukungan sebagian rakyat tanpa adanya belenggu maupun intervensi dari partai politik serta adanya penggunaan media baru sebagai sarana komunikasi politik serta pembentukan citra yang menjadi nilai tersendiri sebagai bentuk dari gerakan sosial di era globalisasi.

## 1.2 Perumusan Masalah

Perubahan sistem pemilihan dan munculnya independensi membuat panggung politik pemilihan umum menjadi lebih semarak. Kelebihan kandidat independen adalah dapat leluasa merumuskan program-program yang prorakyat karena tidak adanya “hutang budi” atau kewajiban menyangkut kepentingan partai

---

<sup>7</sup> <http://www.tribunnews.com/2012/01/08/faisal-basri-jaring-dukungan-lewat-dunia-maya>

pendukung yang nantinya berpotensi memunculkan korupsi, namun jalur ini memiliki kendala pada masa kampanye politik terutama dalam hal biaya, meskipun jumlahnya cenderung lebih kecil. Untuk itu Faisal-Biem menggunakan media sosial sebagai sarana untuk berkomunikasi secara murah dan masif.

Meski bukan merupakan strategi yang utama dan satu-satunya, namun berkomunikasi politik di media sosial merupakan salah satu alternatif strategi pembentukan citra yang menarik bagi penulis untuk diteliti lebih dalam. Bagi kandidat dari jalur independen yang tidak dibantu oleh partai, media baru dapat menjadi *soft power* yang efektif dan efisien apabila potensinya dimanfaatkan secara maksimal terutama dalam salah satu aspek penting dari komunikasi politik yaitu kampanye, pembentukan citra dan upaya pengumpulan dukungan. Fenomena menarik ini menjadi dasar dari penelitian.

Untuk itu penulis mencoba menganalisa pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh Faisal-Biem melalui media sosial?
2. Bagaimana proses pembentukan citra politik Faisal-Biem melalui media sosial?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mendeskripsikan strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh Faisal-Biem melalui media sosial.
2. Mengetahui proses pembentukan citra politik Faisal-Biem melalui media sosial.

### **1.4 Penelitian Terdahulu**

Studi mengenai pengaplikasian media baru terutama dalam berkomunikasi politik masih sedikit ditemukan di Indonesia. Akan tetapi terdapat studi yang terbilang mirip meski tidak sama persis dengan tema penelitian ini, yaitu:

1. Analisis Proses *Personal Branding* Melalui *Online Networking* (Studi

kasus *Personal Branding* Wanda Hamidah Dalam *Online Networking Facebook*) oleh Marcia Krisanti Gurning pada tahun 2009. Penelitian ini menganalisa bagaimana seorang politisi membentuk citra diri dengan menggunakan teknologi yaitu media *Online Networking Facebook*. Media ini juga digunakan untuk menginformasikan visi-misi dan segala bentuk aktivitas partainya.

2. Komunikasi Politik Memanfaatkan Situs Jaringan Sosial (Studi Kampanye Politik via Facebook Yuddy Chrisnandi sebagai Calon Presiden Muda melalui Konvensi Nasional Dewan Integritas Bangsa) oleh Kencana Ariestyani Suryadi pada tahun 2009. Penelitian ini mendeskripsikan bagaimana strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh Yuddy Chrisnandi melalui Facebook serta pengoptimalannya sebagai medium kampanye politik. Yuddy telah menjalankan fungsi komunikasi politik seperti yang dijabarkan oleh Cangara (2009), yaitu: 1) memberikan informasi kepada masyarakat terhadap usaha-usaha yang dilakukannya sebagai politikus sekaligus calon presiden, 2) melakukan sosialisasi kebijakan dan program politik, 3) meningkatkan aktivitas politik diantaranya melalui komentar-komentar politik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ia dapat meraih dukungan sebatas dari khalayak di jaringan Facebook dan masih memerlukan dukungan yang bersifat nyata.

## **1.5 Signifikansi Penelitian**

### **1.5.1 Signifikansi Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan kajian komunikasi politik. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberi kontribusi dalam riset-riset komunikasi politik yang terkait dengan penggunaan media baru, atau lebih fokusnya media sosial, dalam pembentukan citra.

### **1.5.2 Signifikansi Praktis**

Terkait dengan tujuannya, diharapkan penelitian ini mampu

memperkaya dan memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai praktik komunikasi politik yang memanfaatkan peranan media baru, terutama dalam strategi kampanye dan pembentukan citra.

Bagi praktisi politik, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dalam merencanakan langkah alternatif yang lebih efektif dan efisien bagi kepentingan kegiatan politik di era globalisasi seperti saat ini. Penulis juga mengharapkan hasil penelitian dapat menjadi rekomendasi praktis terhadap tim kampanye Faisal Basri dan Biem Benjamin terutama tim media sosial.

### **1.5.3 Signifikansi Sosial**

Hasil penelitian diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan potensi media baru sebagai media alternatif yang lebih murah dan mudah dari media konvensional. Bagi masyarakat umum, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pembelajaran dan peningkatan minat terhadap partisipasi politik melalui gerakan di media sosial.

## BAB 2

### KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 Komunikasi Politik

Studi komunikasi politik mencakup dua disiplin dalam ilmu sosial: ilmu politik dan ilmu komunikasi (Maswadi Rauf, 1990). Komunikasi politik dapat dijadikan kajian oleh ilmuwan komunikasi juga oleh ilmuwan politik. Makadari itu terdapat keberagaman mengenai definisi komunikasi politik.

Roelofs (dalam Sumarno & Suhandi, 1993) mendefinisikan komunikasi politik sebagai komunikasi yang materi pesan-pesan berisi politik yang mencakup masalah kekuasaan dan penempatan pada lembaga-lembaga kekuasaan. Sementara Dan Nimmo mendefinisikan komunikasi politik sebagai kegiatan komunikasi yang berdasarkan konsekuensi-konsekuensinya (aktual maupun potensial) yang mengatur perbuatan manusia di dalam kondisi-kondisi konflik.

Definisi komunikasi politik menurut Norris adalah sebuah proses interaktif mengenai penyebaran informasi diantara para politisi, media berita, dan publik. Proses tersebut bekerja dari atas ke bawah yaitu dari institusi ke warga secara horizontal dalam menghubungkan para aktor politik, dan juga bekerja dari bawah ke atas yaitu dari opini publik ke penguasa (Norris, 2004)<sup>8</sup>.

Cangara menjabarkan dalam bukunya *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi* bahwa komunikasi politik berfungsi untuk memberikan informasi kepada masyarakat terhadap usaha-usaha yang dilakukan lembaga politik maupun dalam hubungannya dengan pemerintah dan masyarakat; melakukan sosialisasi tentang kebijakan, program dan tujuan politik; memberikan motivasi kepada politisi, fungsionaris, dan para pendukung partai; menjadi platform yang bisa menampung ide-ide masyarakat sehingga menjadi bahan pembicaraan dalam bentuk opini publik; dan meningkatkan aktivitas politik masyarakat melalui siaran berita, *agenda setting*, maupun komentar-komentar politik.

---

<sup>8</sup> Norris, Pippa (February 16, 2004). Political communication. Harvard University  
<http://www.hks.harvard.edu/fs/pnorris/ Acrobat/Political%20Communications%20encyclopedia2.pdf>

Terdapat beberapa komponen esensial yang terlibat didalam proses komunikasi politik. Yang pertama adalah komunikator politik yang terdiri dari politisi, para professional yang mencakup jurnalis maupun agen promosi, serta aktivis yang terdiri dari juru bicara kelompok kepentingan dan *opinion leader* (Nimmo 1987). Nimmo mengatakan, terdapat tiga kategori komunikator politik, yaitu politisi, para professional, dan aktivis.

#### 1. Politisi

Seseorang yang terlibat atau bekerja di lingkungan yang mengharuskan melakukan komunikasi mengenai politik. Mereka disebut politisi, baik karena dipilih, ditunjuk, atau merupakan jabatan dari karir dimana mereka bekerja antara lain lembaga eksekutif, legislatif, atau yudikatif. Profesi mereka adalah politisi, dan bertindak sebagai komunikator politik adalah karakteristik dari aktivitas politik (Nimmo, 1978).

#### 2. Professional

Para professional yang mencakup jurnalis dan *promoters* ini merupakan komunikator politik. Sebagai komunikator professional, jurnalis adalah pekerja pada organisasi berita yang menghubungkan sumber berita dan publik. Sedangkan *promoters* adalah mereka yang menyampaikan kepentingan dari klien-klien tertentu. Mereka yang dikatakan *promoters* adalah agen publisitas dari tokoh publik terkenal, *personal public relation* atau dari organisasi publik, pejabat informasi publik pemerintah, sekretariat biro media massa kepresidenan, personel iklan dari suatu perusahaan, manajer kampanye dan publisitas dari kandidat politik, ahli spesial (juru kamera, produser, dan sutradara film, dan pelatih pidato) yang bekerja atas nama kandidat politik dan figur-figur publik lainnya, asisten administrasi para anggota parlemen, dan lain-lain (Nimmo, 1978).

#### 3. Aktivis

Terdapat dua kategori aktivis sebagai komunikator politik, yaitu juru bicara dari kelompok kepentingan dan *opinion leader*. Juru bicara terlibat dalam politik dan komunikasi disebut sebagai aktivis politik dan semiprofessional dalam komunikasi politik. Mereka yang dikatakan juru bicara adalah pihak yang melakukan *lobby*, pemimpin organisasi utama,

pendiri dan pemimpin gerakan sosial. Sedangkan yang disebut *opinion leader* adalah seseorang yang dimintai nasihat atau petunjuk dan informasi mengenai politik. Hal itu mengacu pada banyaknya masyarakat bahwa dalam mengambil keputusan politik dan memilih kandidat, mereka mencari dan meminta nasihat atau petunjuk dari seseorang yang mereka hormati, baik untuk menentukan apa yang harus dilakukan ataupun sekedar menguatkan sebuah keputusan yang mereka buat (Nimmo, 1978).

Komponen yang kedua dari komunikasi politik adalah khalayak komunikasi politik. Khalayak merupakan komponen penting sebagai penerima informasi. Khalayak komunikasi politik dapat memberikan respon atau umpan balik, baik dalam bentuk pikiran, sikap maupun perilaku politik yang diperankannya (Muhtadi, 2008).

Komponen penting yang ketiga dalam komunikasi politik adalah saluran komunikasi politik, yaitu unsur-unsur yang memungkinkan tersampainya informasi politik. Media massa merupakan unsur yang tidak kalah penting dalam proses penyampaian pesan-pesan politik. Media massa tersebut mencakup media massa cetak dan elektronik (Muhtadi, 2008). Dalam komunikasi politik terdapat unsur pesan politik yaitu pernyataan yang disampaikan, baik secara tertulis maupun tidak tertulis, verbal maupun nonverbal, tersembunyi maupun terang-terangan baik yang disadari maupun tidak disadari isinya mengandung bobot politik, seperti pidato politik, pernyataan politik, artikel atau isi buku dan berita surat kabar, radio, televisi dan internet yang berisi ulasan politik (Cangara, 2009).

Mengacu kepada definisi komunikasi politik yang dikatakan McNair, bahwa komunikasi politik mencakup segala bentuk komunikasi yang dimulai oleh politisi dan aktor politik lainnya untuk tujuan meraih maksud tertentu salah satunya adalah kemenangan, maka erat kaitannya dengan kampanye politik.

Kampanye politik merupakan salah satu bentuk penting dari komunikasi politik dalam suatu pemilihan umum baik pemilihan kepala daerah, legislatif maupun presiden. Kampanye politik adalah kegiatan individual atau kelompok untuk mempengaruhi orang lain agar mau memberikan dukungan kepada mereka dalam suatu pemilihan umum (Imawan, 1997). Nimmo mengatakan bahwa



kampanye politik adalah salah satu cara menjaring pemilih dengan menggunakan komunikasi persuasif (Watik, 2005).

## 2.2 Strategi Komunikasi Politik

Keberhasilan suatu kegiatan komunikasi dipengaruhi oleh strategi yang digunakannya. Menurut Arifin (2003), strategi komunikasi politik adalah keseluruhan keputusan kondisional pada saat ini tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan politik pada masa depan.

Cangara (2009) menjelaskan bahwa komunikasi politik diantaranya berfungsi untuk:

1. Memberikan informasi kepada masyarakat terhadap usaha-usaha yang dilakukan lembaga politik maupun dalam hubungannya dengan pemerintah dan masyarakat.
2. Melakukan sosialisasi tentang kebijakan, program, dan tujuan lembaga politik
3. Memberikan motivasi kepada politisi, fungsionaris, dan para pendukung partai.
4. Menjadi platform yang bisa menampung ide-ide masyarakat sehingga menjadi bahan pembicaraan dalam bentuk opini publik.
5. Meningkatkan aktivitas politik masyarakat melalui siaran berita, *agenda setting*, maupun komentator-komentator politik.

Strategi komunikasi memiliki fungsi ganda yaitu yang pertama adalah untuk menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal. Fungsi yang kedua adalah untuk menjembatani kesenjangan budaya akibat kemudahan diperolehnya dan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya. (Effendy, 2002)

Ardial (2009) menjelaskan strategi komunikasi politik yang harus dijalankan oleh komunikator politik, yaitu diantaranya adalah menciptakan kebersamaan antara politikus dengan khalayak dengan cara mengenal khalayak dan menyusun pesan yang *homofilis*. Suasana *homofilis* yang harus diciptakan

adalah persamaan bahasa (simbol komunikasi), dan persamaan kepentingan dengan khalayak terutama mengenai pesan politik, metode dan media politik. Langkah-langkah strategi komunikasi politik antara lain sebagai berikut:

#### 1. Memahami Khalayak

Komponen psikologis yang harus dikenal pada diri khalayak yang berkaitan dengan politik adalah keyakinan, kepentingan, dan motivasi khalayak, baik yang bersifat politik maupun nonpolitik (Ardial, 2009). Menurut Ardial, hasil studi menunjukkan bahwa para pemilih memberikan suara kepada kandidat yang sesuai dengan ideologinya. Kebutuhan dan motivasi individu-individu yang akan menjadi khalayak politik juga harus dikenali, diketahui, dan dipahami yang terdiri atas pengetahuan khalayak mengenai pokok persoalan, kemampuan khalayak untuk menerima pesan-pesan melalui media yang digunakan, pengetahuan khalayak terutama perbendaharaan kata yang digunakan (Ardial, 2009, hal.85).

#### 2. Menyusun Pesan Persuasif

Agar pesan politik dapat bersifat persuasif, maka perlu diperhatikan tema dan materi yang sesuai dengan kondisi dan situasi khalayak. Syarat utama agar pesan tersebut dapat mempengaruhi adalah pesan harus mampu membangkitkan perhatian, selain keinginan khalayak untuk menyaksikan politikus yang akan menyajikan pesan-pesan politik tersebut. Pesan politik akan menarik perhatian selama ia memberikan harapan atau hasil yang kuat relevansinya dengan persoalan kebutuhan yaitu kebutuhan pribadi dan kelompok (Ardial, 2009, hal.85)

#### 3. Menetapkan Metode

Langkah berikutnya menurut Ardial adalah memilih metode penyampaian dan metode menyusun isi pesan politik yang sesuai. Menurut Arifin (2003), terdapat beberapa metode komunikasi yang dapat dipilih sesuai dengan kondisi dan situasi khalayak, yaitu:

- *Redundancy*, dapat diartikan sebagai upaya mempengaruhi dengan jalan mengulang-ulang pesan politik kepada khalayak. Manfaatnya adalah khalayak akan lebih memperhatikan pesan dan tidak mudah

melupakan pesan-pesan itu karena disampaikan berulang-ulang (Ardial, 2009, hal.92).

- *Canalizing*, yaitu komunikator politik menyediakan saluran-saluran tertentu untuk menguasai motif-motif yang ada pada khalayak. Proses *canalizing* ialah memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak. Untuk berhasilnya komunikasi politik haruslah dimulai dari memenuhi nilai-nilai dan standar kelompok dan masyarakat (Ardial, 2009, hal.92).
- *Informative*, yaitu bentuk dan isi pesan yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan cara memberi penerangan yang artinya menyampaikan pesan yang sesuai dengan fakta, data, dan pendapat yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Penerangan memiliki fungsi untuk memberikan informasi tentang fakta semata maupun kontroversial, atau memberikan informasi untuk menuntun khalayak ke arah pendapat tertentu (Ardial, 2009, hal.93).
- *Persuasive*, yaitu mempengaruhi khalayak dengan cara membujuk. Metode ini merupakan salah satu cara untuk mempengaruhi khalayak dengan jalan tidak memberikan kesempatan untuk berpikir kritis, bahkan jika perlu dapat terpengaruh secara tidak sadar. Melalui metode ini, kesan politik itu akan selalu berisim selain fakta dan pendapat juga dapat non-fakta dan bentuk pernyataannya dapat berubah menjadi propaganda, agitasi, dan sebagainya. (Ardial 2009, hal.94).
- *Educative*, dikenal juga sebagai salah satu usaha untuk mempengaruhi khalayak mengenai pernyataan politik yang dilontarkan yang dapat diwujudkan ke dalam bentuk pesan yang akan berisi pendapat, fakta, dan pengalaman, Metode ini dapat disebut juga metode mendidik yang memberikan gagasan kepada khalayak berdasarkan fakta, pendapat dan pengalaman yang kebenarannya dapat dipertanggungjawabkan. Metode ini diharapkan dapat memberikan pengaruh yang mendalam kepada khalayak (Ardial, 2009, hal.94).

- *Cursive*, metode ini mempengaruhi khalayak dengan cara memaksa. Pesan dari komunikator politik berisi ancaman dan dimanifestasikan dalam bentuk peraturan, perintah, dan intimidasi yang untuk pelaksanaannya didukung oleh kekuatan cukup tangguh (Ardial, 2009, hal.94).

#### 4. Memilah dan Memilih Media

Diperlukan adanya pemilahan dan pemilihan media komunikasi politik secara cermat agar sesuai dengan kondisi dan situasi khalayak, yaitu dengan memperhatikan sistem komunikasi politik di suatu wilayah atau negara. Untuk berkomunikasi dengan skala besar, diperlukan media massa elektronik dan cetak, atau media interaktif yaitu internet.

MEDIA	KELEBIHAN	KELEMAHAN
Radio	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki sifat persuasif yang tinggi dan mampu menciptakan keakraban dengan khalayak (Ardial, 2009).</li> <li>2. Kecepatan dalam penyebaran atau penyiaran berita (Ardial, 2009).</li> <li>3. Tidak mengenal rintangan geografis sehingga berita atau informasi melalui radio dapat diterima dimana saja (Ardial, 2009).</li> <li>4. Dapat menjangkau target khalayak tertentu. Radio dapat diterima oleh khalayak</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Isi siaran hanya dapat didengar sekali saja (Ardial, 2009).</li> <li>2. Siaran radio terikat oleh waktu, karena itu sekali pesan yang disampaikan berarti sudah lepas dari sumbernya dan tidak dapat dikoreksi lagi serta memiliki waktu siaran tertentu (Ardial, 2009).</li> <li>3. Banyak stasiun radio membagi khalayak dalam setiap satu pangsa pasar saja (Simmons, 1990).</li> </ol>

	<p>yang berpendidikan tinggi maupun berpendidikan rendah dan meliputi seluruh lapisan masyarakat (Ardial, 2009).</p> <p>5. Bisa mencakup area lokal (Simmons, 1990).</p>	
Televisi	<p>1. Dapat menyentuh khalayak sebanyak mungkin dengan daya persuasif yang tinggi (Ardial, 2009).</p> <p>2. Mempunyai daya tarik yang kuat karena merupakan perpaduan dari unsur kata-kata, musik, efek suara, dan visual (Ardial, 2009).</p> <p>3. Bisa menjangkau pangsa pasar tertentu dan pangsa pasar umur (Simmons, 1990).</p>	<p>1. Televisi membutuhkan perhatian penuh dari pihak penonton. Perhatian tersebut tidak dapat dibagi-bagi seperti dalam siaran radio (Ardial, 2009).</p> <p>2. Isi siaran hanya dapat ditonton sekali saja (Ardial, 2009).</p>
Surat kabar dan majalah	<p>1. Menyentuh emosi dan sentimen khalayak, bersifat sederhana dan tidak terlalu mengikat khalayak dalam penerapannya (Ardial, 2009).</p> <p>2. Relatif lebih mampu menyampaikan materi yang panjang dan masalah yang kompleks. Dengan demikian menghendaki adanya kondisi intelegensia tertentu dan</p>	<p>1. Hanya dapat dibaca dan tidak memiliki aspek suara manusia seperti radio dan televisi sehingga aspek hiburannya amat lemah (Ardial, 2009).</p> <p>2. Hanya dapat disimak oleh khalayak yang berpendidikan tinggi dan memiliki kebiasaan</p>

	<p>kemampuan membaca dari khalayak (Ardial, 2009).</p> <p>3. Memberikan kesempatan kepada pembaca untuk memilih materi yang sesuai dengan kemampuan dan kepentingannya (Ardial, 2009).</p> <p>4. Pembaca dapat membaca berulang-ulang kapan saja (Ardial, 2009).</p> <p>5. Tidak terikat oleh waktu dalam menemui khalayaknya (Ardial, 2009).</p>	<p>membaca yang tinggi (Ardial, 2009).</p>
Internet	<p>6. Memiliki kemampuan untuk menembus batas wilayah ruang dan waktu (Cangara, 2009).</p> <p>7. Memperluas akses memperoleh informasi global (Cangara, 2009).</p>	<p>1. Berpotensi sebagai sarana untuk aktivitas kriminal, terorisme, dan kekerasan (Cangara, 2009)</p>

Tabel 2.1 Kelebihan dan Kelemahan Media Komunikasi Politik

Sumber: Ardial (2009), Cangara (2009), dan Simmons (1990)

### 2.3 Pembentukan Citra Politik

Pembentukan citra untuk pemasaran politik merupakan bagian dari komunikasi politik. Sebagaimana yang dikatakan oleh Firmanzah (2007) bahwa untuk membangun citra, komunikasi politik yang merupakan proses tukar-menukar informasi antara dua entitas atau lebih harus terus dilakukan.

Pemasaran politik merupakan strategi kampanye politik dalam membentuk serangkaian makna politis tertentu pada pikiran para pemilih. Serangkaian makna tersebut akan membentuk menjadi orientasi perilaku yang akan mengarahkan pemilih untuk memilih calon kandidat tertentu. Makna politis inilah yang menjadi esensi output pemasaran politik yang menentukan pilihan para pemilih.

Menurut Firmanzah, pemasaran dapat menjadi suatu alat untuk mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan masyarakat. Agar pemasaran politik dapat efektif, maka partai politik atau politisi harus mampu merumuskan satu fokus atas sasaran yang akan dituju. Partai politik harus mampu mengenali konstituennya, simpatisannya dan mengamati apa yang dilakukan oleh kompetitor secara terus-menerus. Dengan demikian, maka partai politik akan mampu merumuskan citra yang diinginkan dan mempunyai fokus dalam membidik targetnya.

Sebagai sebuah strategi pemasaran, *personal branding* perlu dikemas sedemikian rupa agar konsisten dan berkesinambungan. Pencitraan akan efektif ketika pesan didefinisikan dengan jelas dan secara tepat mencerminkan karakteristik yang ingin ditampilkan kandidat kepada sasaran.

Pertanyaan yang muncul dalam konteks *branding* dalam politik adalah bagaimana masyarakat memilih partai politik sebagai sebuah identitas yang sesuai dengan nilai-nilai yang ada dalam dirinya. Seperti ketika seseorang melihat lambang sebuah partai, adakah yang terbayang dibenaknya. Disinilah pentingnya kekuatan merek yang mampu mempengaruhi keputusan pemilih.

Dalam *branding*, ketika konsumen memilih, disitulah kerja awal membangun citra dimulai. Hal ini seharusnya juga berlaku dalam komunikasi politik, namun politisi lebih sering mengakhiri pencitraan politiknya setelah terpilih dan memikirkan diri sendiri serta cara mengembalikan modal kampanye. Proses menciptakan kebutuhan pada publik juga harus dilakukan sehingga politisi tidak kehabisan amunisi dalam melakukan gerakan politik.

*Public Relations* dapat menjadi alternatif strategi komunikasi politik karena keunggulannya adalah menciptakan orang ketiga, *brand ambassador*, *unofficial spoke persons* yang mampu mewakili organisasi politik membicarakan tentang nilai-nilai politik yang akan disampaikan. Perlu dimanfaatkan 20%

pengikut setia politik sebagai *political ambassador*. Harapannya, sesuai dengan hukum Pareto, 20% pengikut setia tersebut akan mempengaruhi kinerja organisasi politik secara menyeluruh.

Silih (2011) dalam bukunya yang berjudul *Political Branding & Public Relations* menjabarkan beberapa pendekatan terpadu yang dapat dilakukan. Yang pertama adalah penggalan data terhadap diri kandidat terhadap lingkungan internal dan eksternal dari fokus kegiatan kandidat. Untuk menemukan informasi yang bernilai berita dapat digali minat, aktivitas dan kepercayaan kandidat. Tim juga dapat melakukan *brainstorming*, menerapkan konsep 5W + 1H dan analisa SWOT untuk membantu proses penggalan. Informasi bernilai berita mengenai kandidat dapat disimpan dan nantinya data tersebut dapat digunakan lagi.

Pendekatan kedua yang perlu dilakukan dalam melakukan *political branding* adalah perencanaan program. Perlunya persiapan tujuan, kegiatan, publik yang ingin dijadikan sasaran, isi pesan hingga strategi dan taktik. Harus dapat ditentukan apa yang akan dijual mengenai diri kandidat. Misalnya politisi ingin mewakili suatu kelompok minoritas, dapat merencanakan kegiatan di lingkungan tersebut dan diliput media sehingga target pasar dapat diraih.

Pendekatan ketiga adalah adanya pelaksanaan kegiatan atau pengkomunikasian kegiatan. Selain teknis pelaksanaan kegiatan, kampanye dalam pembentukan *personal branding* dapat dipersiapkan dengan memanfaatkan komunikasi terpadu. Beberapa publikasi yang dapat membantu adalah melalui *news release*, foto, kartu nama yang representatif, kehadiran di kegiatan publik, penghargaan, penggunaan nama yang mudah dikenali sehingga jika disosialisasikan terus menerus akan diingat.

Dalam melakukan pembentukan citra politik, pendekatan yang keempat adalah evaluasi. Tujuannya adalah untuk melihat apakah publik telah melihat kandidat seperti yang diharapkan. Dari sini dapat disimpulkan apakah strategi yang digunakan perlu diulang, diperbaiki atau dirubah.

Dalam *personal branding*, kredibilitas, kepribadian politisi serta kemampuan berkomunikasi verbal maupun nonverbal sangatlah memegang peranan penting. Kredibilitas tidak konstan, persepsi setiap individu terhadap sumber dapat bervariasi. Kepribadian dianggap penting karena kemampuan



berkomunikasi efektif memerlukan kepribadian yang baik. Beberapa riset menyimpulkan bahwa perlunya kandidat memperhatikan kepribadiannya seiring dengan pembangunan kredibilitas. Seseorang yang memiliki visi, integritas, dedikasi, cerdas, arif, aktif, berani, memiliki *leadership* serta *track record* yang signifikan dalam peran-peran strategis, adalah orang yang dianggap memiliki kriteria yang baik sebagai politisi.

Dalam membangun citra politik diperlukan beberapa elemen-elemen yang harus saling terintegrasi dan dibangun bersamaan. Mengadaptasi konsep *Personal Branding* yang dikemukakan oleh Montoya & Vandehey (2008), sebagai berikut:

1. *You*, atau diri seseorang.

Seseorang dapat membentuk sebuah *personal branding* melalui sebuah polesan dan metode komunikasi yang disusun dengan baik, dirancang untuk menyampaikan dua hal penting kepada sasaran yaitu siapakah pribadi seseorang dan apa yang ia lakukan. Dalam *political branding*, politisi harus dapat membuat gambaran yang mencerminkan nilai-nilai, kepribadian, keahlian dan kualitas yang membuatnya berbeda dengan politisi yang lain.

2. *Promise*, atau janji.

Adanya sebuah tanggung jawab terhadap pemenuhan harapan yang timbul pada masyarakat akibat dari pencitraan tersebut. Politisi harus dapat mempertanggung-jawabkan citra yang ia bentuk sebagaimana ia menepati sebuah janji kepada masyarakat.

3. *Relationship*, atau hubungan.

Pembentukan citra yang baik dapat pula menciptakan sebuah hubungan yang baik dengan klien atau dalam hal ini, masyarakat. Semakin banyak atribut-atribut yang diterima dan semakin tinggi tingkat kekuasaan seseorang, menunjukkan semakin baiknya tingkat hubungan yang ada dalam pembentukan citra tersebut.

Silih (2011) mengembangkan konsep Paul Mc Lean dan David A. Aaker, kemudian menyatakan bahwa terdapat 6 titik koneksi yang secara berkesinambungan menghubungkan citra ke dalam perubahan perilaku pemilih, yaitu:

1. *Political desire.*

Membangkitkan hasrat untuk berhubungan dengan kandidat atau partai politik serta mengembangkannya menjadi program-program politik yang menarik perhatian masyarakat.

2. *Political Awareness*

Dengan adanya program-program politik yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan dikembangkan dengan melibatkan partisipasi aktif target audiens, maka *awareness* terhadap kandidat/partai politik mulai muncul.

3. *Perceived quality*

Dengan pelaksanaan program yang berjalan sesuai *timeline* dan pesan yang sejalan dengan *key message development*, maka kandidat/partai akan dipersepsikan memiliki kerja berkualitas.

4. *Political loyalty*

Semakin banyak program yang memenuhi kebutuhan masyarakat dan semakin intens keterlibatan masyarakat, loyalitas dan rasa percaya terhadap suatu kandidat/partai politik akan tumbuh.

5. *Political endorser*

Mulai muncul perilaku dari seseorang untuk menarik anggota masyarakat yang lain agar terlibat.

6. *Political evangelist*

Pada tahapan ini politik telah menjadi keyakinan hidup yang tidak bisa ditawar secara mudah.

Silih (2011) menjabarkan tahapan perjalanan pencitraan adalah sebagai berikut: 1/3 perjalanan pencitraan melalui media, 2/3 perjalanan adalah bagaimana membuat media terus menyampaikan pesan politik sesuai dengan *key message development* dan 3/3 perjalanan berikutnya adalah melihat apa pesan tersebut bisa merubah pandangan publik sehingga mereka percaya terhadap suatu kandidat atau sebuah partai.

Pencitraan akan lebih kuat jika timnya melakukan riset persepsi politik yang mengukur posisi dan kelebihan kandidat/partai dibandingkan lawannya, program yang dikenal masyarakat, kinerja kandidat/partai yang tertancap di benak masyarakat serta menghadapi media dalam membentuk opini publik.

Dalam penelitian ini, peneliti fokus terhadap proses pembentukan citra yang dilakukan oleh tim Faisal Basri dan Biem Benjamin secara digital yaitu melalui media sosial. Keputusan tim kampanye dengan adanya penggunaan media sosial sebagai salah satu strategi pembentukan citra tentunya telah melalui riset mengenai kelebihan serta kekurangan calon independen tersebut.

## **2.4 Internet dalam Komunikasi Politik**

### **2.4.1 Kemunculan Media Baru**

Internet merupakan media dengan potensi yang luas untuk mengubah perilaku secara signifikan dalam komunikasi. Web, atau lebih formal disebut Internet, merupakan media baru yang kini mampu menghubungkan dunia melalui ruang bersama virtual yang membawa arti baru untuk konseptualisasi McLuhan tentang desa global.

Peluncuran Internet membuat peneliti terpesona dan memicu peneliti positivistis, interpretif, dan kritis untuk mengeksplorasi perannya di hampir semua aspek bidang komunikasi. Internet memiliki implikasi yang luas untuk hampir semua bidang penelitian komunikasi mencakup komunikasi interpersonal, organisasi, massa, antar budaya, dan internasional, kedatangannya bertepatan dengan berbagai kejadian global yang membuatnya sangat menarik untuk komunikasi politik. Perkembangan dan perluasan kemitraan ekonomi global, pemberontakan dramatis terhadap komunisme dan perjuangan berikutnya untuk mengembalikan pemerintah di seluruh Eropa Timur, gerakan tidak menentu China menuju ekonomi pasar bebas (Taubman, 1998; Toulouse, 1998), dan perang melawan terorisme global memberikan latar belakang politik yang luar biasa bagi kemunculan dan perkembangan internet.

Internet dengan cepat mengubah cara individu, organisasi, lembaga-lembaga politik, dan pemerintah berkomunikasi dan bernegosiasi informasi politik dan peran politik. Internet tampaknya telah membuat pengamat politik terpolarisasi ke dalam kubu-kubu optimis dan skeptis. Umumnya, optimis berharap bahwa Internet akan mengubah dan merangsang demokrasi partisipatif, sedangkan skeptis mengabaikan Internet sebagai sedikit lebih dari alat untuk memperkuat mekanisme komunikasi politik saat ini di tempat. Namun demikian,

akademisi sudah mulai membangun agenda penelitian program, mengeksplorasi karakteristik Internet, adaptasi, isi, efek, dan kemungkinan pembangunan masa depan.

Selnow (1998) berpendapat bahwa tingkat pertumbuhan yang diharapkan untuk Internet dan popularitas di antara kandidat dan publik menjamin bahwa hal itu akan tumbuh menjadi sebagai hal penting untuk komunikasi politik sebagai media tradisional. Hal yang membedakan Internet dari media cetak tradisional dan media penyiaran, setidaknya dalam teori, adalah mampu menawarkan jaringan komunikasi dengan akses tak terbatas untuk warga biasa dalam menyuarakan opini politik mereka ke orang-orang di seluruh dunia.

Salah satu alasan utama bahwa internet begitu banyak menarik bagi kandidat politik dan organisasi politik adalah bahwa media ini menawarkan suatu bentuk kontrol-sumber komunikasi. Di samping itu, berkomunikasi melalui internet jauh lebih murah daripada beriklan di media konvensional. Hamparan Internet menawarkan kandidat, warga, dan kelompok politik sebuah terbatas ruang untuk mengartikulasikan sepenuhnya posisi kebijakan, informasi biografis, teks pidato, siaran pers, dan berbagai informasi politik penting lainnya (Tedesco, Miller, & Spiker, 1999).

Kemunculan media baru terkait dengan perkembangan teknologi dan komunikasi yang semakin pesat. Teknologi komunikasi adalah peralatan yang berbentuk piranti keras, struktur organisasi, dan nilai-nilai sosial yang dapat dimanfaatkan oleh individu untuk mengumpulkan, memproses, dan mempertukarkan informasi dengan individu lain (Rogers, 1986:2-3).

Rogers (1986) menguraikan tiga ciri utama yang menandai kehadiran teknologi komunikasi baru, yaitu *interactivity*, *de-massification* dan *asynchronous*. *Interactivity* adalah kemampuan sistem komunikasi baru yang interaktif. *De-massification* dimaksudkan bahwa kontrol atau pengendalian sistem komunikasi massa biasanya berpindah dari produsen pesan kepada konsumen media. Sementara ciri ketiga yaitu *asynchronous* bermakna bahwa teknologi komunikasi baru mempunyai kemampuan untuk mengirimkan dan menerima pesan pada waktu-waktu yang dikehendaki oleh setiap individu peserta.

Pada keterkaitan antara keberadaan media dan kemajuan teknologi, terdapat beberapa proposisi utama dalam determinisme teknologi media (McQuail, 2010:103), yaitu:

1. Teknologi komunikasi merupakan hal yang fundamental terhadap masyarakat.
2. Masing-masing teknologi memiliki bias terhadap bentuk-bentuk komunikasi, isi dan penggunaannya.
3. Rangkaian penemuan dan penerapan teknologi komunikasi mempengaruhi arah dan kecepatan perubahan sosial.
4. Revolusi komunikasi akan mengarah pada revolusi sosial.

McQuail (2010: 141) mengatakan bahwa terdapat perubahan-perubahan penting yang berhubungan dengan munculnya media baru, yaitu:

1. Digitalisasi dan konvergensi semua aspek dari media.
2. Interaktivitas dan konektivitas jejaring yang meningkat.
3. Mobilitas dan delokasi pengiriman dan penerimaan pesan.
4. Adaptasi publikasi dan peran-peran khalayak.
5. Munculnya beragam bentuk baru dari media *gateway*, yaitu pintu masuk untuk mengakses informasi pada Web.
6. Fragmentasi dan kaburnya 'institusi media'.

Kajian mengenai media baru dapat ditelusuri dari gagasan teoritik yang sudah ada sebelumnya yaitu *Medium Theory*, *Media Ecology Theory* dan *New Media Theory*. *Medium Theory* adalah hasil pemikiran Marshall McLuhan yang merupakan teori yang berada dalam tradisi sosio-kultural. Tradisi ini bertujuan untuk memahami tata-cara orang secara bersama menciptakan realitas dalam kelompok sosial organisasi dan budaya (Littlejohn & Foss, 2008:44). Gagasan utama teori ini adalah bahwa media, terlepas dari apa isi pesan yang disampaikan, akan dapat mempengaruhi masyarakat.

*Media Ecology Theory* menjelaskan bahwa masyarakat telah berevolusi, begitu juga dengan teknologi. Teori ini memusatkan perhatian pada prinsip-prinsip bahwa masyarakat tidak dapat melarikan diri dari pengaruh teknologi dan

bahwa teknologi tetap menjadi pusat bagian semua bidang profesi dan kehidupan. Kemudian lahirlah pemikiran baru dari Mark Poster yang dikenal dengan *New Media Theory*.

Fenomena penggunaan media baru yang terkait dengan isu-isu publik seperti sosial dan politik, dianggap masih relevan dan memadai dengan penjelasan kedua teori ini karena mampu memberikan penjelasan mengenai kekuatan-kekuatan yang dimiliki media baru, misalnya gerakan massa yang dimobilisasi dan dikoordinasi melalui media jejaring sosial seperti Twitter, Facebook, dan Youtube.

Pada tahun 1990, Mark Poster mempublikasikan buku *The Second Media Age*, yang mengulas periode teknologi interaktif dan komunikasi jaringan, terutama sejak hadirnya internet, yang akan mengubah masyarakat. Sejak awal, para akademisi telah memprediksi bahwa kehadiran internet akan memiliki pengaruh signifikan terhadap perubahan sosial. Ini berarti bahwa asumsi-asumsi yang berkembang pada periode sebelumnya, yaitu *the first media age*, akan banyak bertentangan dengan asumsi pada periode *second media age*. *The first media age* telah diidentifikasi mempunyai ciri-ciri seperti berikut:

1. Produksi terpusat (satu untuk banyak).
2. Komunikasi satu arah.
3. Kontrol negara terhadap semuanya.
4. Reproduksi stratifikasi sosial dan ketidakadilan melalui media.
5. Khalayak media yang terfragmentasi
6. Menentukan kesadaran sosial.

Sedangkan *the second media age* sebaliknya, dapat dideskripsikan seperti berikut:

1. Desentralisasi
2. Komunikasi dua arah.
3. Melawan control negara.
4. Demokratisasi.
5. Mengedepankan kesadaran individual
6. Orientasi individual.

Terdapat dua perbedaan mendasar di antara kedua kategori teoretik tersebut. *The first media age* dalam melihat media lebih menekankan pada penyiaran, sedangkan *the second media age* menekankan pada jaringan. Yang pertama menekankan pendekatan interaksi sosial, sedangkan yang kedua menekankan pendekatan integrasi sosial. Pada pendekatan interaksi sosial, media dilihat dalam istilah bagaimana sesungguhnya hadir pada model interaksi secara tatap muka. Bentuk-bentuk media lama yang berorientasi pada penyiaran lebih menekankan transmisi informasi, yang mengurangi peluang interaksi (*hypodermic system*). Pada konteks demikian peran media adalah sebagai alat yang berfungsi untuk informasional dan karena itu realitasnya hanya untuk konsumen. Sedangkan media baru, sebaliknya, banyak interaksi dan menciptakan rasa baru komunikasi personal.

Pierre Levy berusaha menjelaskan berkaitan dengan tema tersebut dalam bukunya *Cyberculture*. Levy melihat bahwa World Wide Web (www) adalah dunia yang terbuka, fleksibel, dan merupakan lingkungan informasi yang dinamik, yang membuat keberadaan manusia mampu mengembangkan orientasi baru terhadap ilmu pengetahuan, dan mendorong lebih banyak berinteraksi, *community-base*, dunia demokrasi yang saling memberdayakan. Internet mengembangkan tempat untuk bertemu secara *virtual* yang memperluas jaringan sosial ke seluruh dunia, menciptakan kemungkinan baru untuk pengetahuan, dan memberi peluang untuk berbagi perspektif secara lebih luas. Tentu saja, media baru tidak sama persis dengan interaksi secara tatap muka, tetapi media baru tersebut mengembangkan bentuk-bentuk interaksi baru yang membawa kita kembali ke dalam kontak personal yang tidak dimiliki dan mampu dikerjakan oleh media lama.

Cara kedua, di mana media dikaitkan dengan integrasi sosial. Pendekatan ini menggolongkan media bukan berkaitan dengan informasi, interaksi, atau diseminasi, tetapi berkaitan dengan ritual, atau bagaimana orang menggunakan media sebagai cara menciptakan komunitas (*way of creating community*). Media bukan hanya instrumen informasi atau pun cara meraih kepentingan pribadi, tetapi lebih membimbing manusia hadir bersama dalam suatu bentuk dari komunitas dan menawarkan suatu rasa memiliki (*sense of belonging*).

Peristiwa-peristiwa yang menggunakan media sebagai ritual itu, yang mungkin atau tidak mungkin terlibat interaksi. Menurut pandangan integrasi social, interaksi tidak terjadi dengan membutuhkan komponen integrasi social melalui ritual. Kemudian, interaksi tatap muka tak selamanya merupakan standar emas atau garis dasar untuk membandingkan media komunikasi. Adanya kecenderungan bahwa manusia modern tidak berinteraksi begitu banyak dengan orang lain tetapi lebih banyak dengan media itu sendiri. Kita menggunakan media tidak banyak untuk mengatakan kepada kita tentang sesuatu yang lain, tetapi karena menggunakan media merupakan *ritual self-contained* yang mempunyai makna di dalam dan luar itu sendiri.

#### **2.4.2 Media Baru dalam Komunikasi Politik**

Kehadiran internet telah membawa sebuah harapan dan warna baru dalam sistem demokrasi di Indonesia. Cangara (2009) mengatakan bahwa keberadaan internet diharapkan dapat memfasilitasi penyebaran informasi publik dan politik, termasuk menjadi jembatan untuk kelompok oposisi dan minoritas yang dimarginalkan untuk menyuarakan keinginan dan hak-haknya, pada saat media massa seperti radio, surat kabar dan televisi banyak dikontrol dan dikuasai oleh para penguasa pemerintah.

Schoeder (2004) mengatakan bahwa internet adalah sebuah ruang publik dimana orang-orang menggunakannya untuk membaca dan mengekspresikan opini-opini politik mereka. Sebelumnya, Blumler dan Kavanagh (1999) telah menyadari akan kemunculan *Third Age of Political Communication*, yaitu dimana media cetak dan penyiaran akan kehilangan tempatnya sebagai saluran utama komunikasi politik pada era baru melimpahnya informasi.

Geoff Craig mengatakan bahwa buku-buku tentang politik dan media sering mengesampingkan pentingnya masyarakat dalam komunikasi politik dengan memperlakukan publik sebagai penonton pasif daripada peserta aktif. Hal ini memunculkan komunikasi politik yang menarik mengenai kemungkinan bagaimana arus utama media berita dalam membentuk pemikiran dan perilaku politik. Fenomena ini mencuri perhatian terutama pada zaman di mana surat kabar sirkulasi massa dan televisi siaran yang sumber utama informasi, dan di mana



politik mainstream komunikasi memiliki karakter dimana isu-isu dari hari itu terutama didefinisikan dan dibahas oleh politisi, jurnalis, ahli dan kelompok kepentingan pemimpin (Blumler 2001, 204). Namun 'top down' pengaruh surat kabar dan media penyiaran tampaknya berkurang dalam menghadapi sebuah 'ledakan' dalam jumlah dan jenis informasi yang tersedia melalui Internet (Craig 2004, 88).

Berkembangnya teknologi membuat inovasi dalam dunia web semakin bertambah cepat dan menyesuaikan dengan kondisi yang ada. Lahirnya teknologi Web 2.0 atau internet generasi kedua, memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi yang dicirikan dengan terbentuknya sebuah hubungan. Hal ini berbeda dengan internet generasi pertama yang hanya membatasi pengguna sebagai konsumen dari konten yang ada. Faktor interaktivitas inilah yang dapat menjadi keuntungan bagi politisi untuk menjalin hubungan dengan masyarakat secara dua arah.

### **2.4.3 *Computer-Mediated Communication***

Menurut Murphy (1994), *Computer-Mediated Communication* atau CMC merupakan penggunaan komputer untuk menciptakan, menyampaikan, mengirimkan, menyebarkan, atau menerima pesan-pesan yang dikirim dari satu orang ke orang lain, dari satu kelompok ke satu orang, dari satu orang ke satu kelompok, atau dari satu kelompok ke kelompok lain. Dua komponen teknis didalam CMC adalah peralatan seperti komputer, serta infrastruktur jaringan.

Sarana yang ada didalam CMC membantu komunikator politik untuk meraih target khalayak mereka dengan biaya yang relatif rendah. Barnes (2003) menjelaskan bahwa CMC mencakup teknologi yang memfasilitasi komunikasi dan sharing informasi secara interaktif melalui jaringan komputer, seperti email, *discussion groups*, *newsgroups*, *chat*, *instant messages*, dan halaman web. Dengan menggunakan saluran komunikasi yang potensial, CMC dapat mendukung komunikasi interpersonal dari satu orang ke orang lainnya dan bisa menyebarkan pesan dari satu orang ke banyak penerima pesan yang lain.

Joseph Walther (1992) menjelaskan dalam teorinya, yaitu *Social Information Processing*, mengenai bagaimana pengguna CMC dapat

mengadaptasi medium dan menggunakannya secara efektif untuk membangun hubungan dekat. Walther berpendapat bahwa suatu hubungan akan tumbuh hanya dalam batasan bahwa individu-individu satu sama lain saling mendapatkan informasi lebih dulu dan menggunakan informasi tersebut untuk membentuk kesan-kesan interpersonal tentang siapa mereka.

*Social Information Processing Theory* adalah sebuah perspektif mengenai komunikasi bermediasi yang menyatakan bahwa dibutuhkan lebih banyak waktu untuk membangun hubungan dalam interaksi dengan suatu media (*mediated interaction*), yang dicirikan dengan lebih sedikit adanya *nonverbal cues* atau tanda-tanda nonverbal.

Dalam teori ini, ditekankan bahwa *verbal cues* menggantikan *nonverbal cues*, maka dalam computer-mediated communication bergantung kepada pesan-pesan teks untuk menyampaikan informasi sosial (Griffin, 2006, hal. 144). Maka dari itu, prinsip utama dari teori *Social Information Processing* adalah bagi mereka yang berkomunikasi dengan bermediasikan komputer, hanya dapat menggunakan bentuk komunikasi verbal untuk mengekspresikan sebuah komunikasi relasional yang pada akhirnya menghasilkan pengaruh yang dapat diekspresikan melalui banyak saluran.

Walther mengungkapkan dalam *computer-mediated communication*, tanda-tanda nonverbal menyaring informasi interpersonal yang dikirim dan diterima. Kontak fisik, ekspresi wajah, nada suara, jara interpersonal, posisi tubuh, penampilan, isyarat, sentuhan, dan bau tidak ada di dalam komunikasi ini.

*Extended time* juga dianggap penting dalam CMC. Walther mengatakan bahwa rentang waktu dimana pengguna CMC mengirim pesan-pesan mereka menjadi faktor kunci yang menentukan keberhasilan pesan menjangkau tingkat keintiman atau keakraban seperti yang terjalin dalam komunikasi tatap muka. Walther kemudian menyarankan untuk mengirimkan pesan lebih sering dalam berkomunikasi secara *online*.

Walther menganggap bahwa didalam CMC, pengirim pesan bersifat *selective self-presentation* dan memiliki kesempatan untuk membuat kesan positif sebanyak-banyaknya dan memelihara kesan-kesan tersebut. Mereka dapat

menuliskan karakter-karakter mereka yang paling menarik perhatian, prestasi, pendapat, opini, dan kegiatan tanpa khawatir ada penyangkalan dari penampilan fisik.

## 2.5 Media Sosial

Terlibat dalam politik adalah salah satu bentuk awal dari “*Social Networking*”. Teknologi sosial yang relatif baru ini seperti Facebook, Twitter, Blog, yang menunjukkan bahwa individu tidak hanya dengan mudah dapat terhubung ke politik, tetapi langsung mempengaruhi dunia mereka juga. Orang di dalam politik, baik dalam kampanye dan organisasi, mulai untuk mengenali potensi dan mencari cara untuk menggunakan alat baru yang kuat ini.

Awal teknologi sosial seperti email dan blog adalah langkah pertama dalam pembangunan model digital mencerminkan proses jaringan sosial dari dunia nyata. Teknologi ini mendapat perhatian media utama dalam pemilu dan memiliki beberapa efek langsung pada perilaku pemilih.

Produksi informasi yang awalnya bersifat elitis, atau berasal dari sedikit orang kemudian didistribusikan ke banyak orang, sekarang menjadi masalita atau bergerak dari banyak orang menuju ke lebih banyak orang lagi. Kemunculan media baru membuat semua orang dapat menjadi pengisi dan penyebar konten informasi, bukan hanya sekedar penerima saja. Hal ini jelas menggambarkan perubahan yang sangat besar dalam komunikasi karena adanya media sosial.

Facebook, YouTube, Twitter dan MySpace merupakan sarana baru untuk menjangkau peserta politik mana mereka berinteraksi dengan teman-teman mereka, dan dalam cara yang jauh lebih efisien dari sebelumnya. Setiap perintah perhatian puluhan juta orang setiap hari. Sebagai contoh, lebih dari setengah dari lebih dari 50 juta pengguna unik Facebook (tumbuh lebih dari 1 juta mingguan) mengunjungi situs setiap hari, dan menghasilkan rata-rata lebih dari 2 miliar tampilan halaman per hari. YouTube mendapat lebih dari 100 juta video setiap hari.

Dengan memanfaatkan teman koneksi dan menggunakan pemasaran virtual *Word-of-Mouth*, situs-situs sosial menawarkan kesempatan untuk menerobos hiruk-pikuk media. Di situs seperti Facebook, orang-orang terpercaya

menyebarkan pesan-pesan politik. Teknologi sosial membantu politisi dan organisasi advokasi di lima bidang utama - merek, pendaftaran pemilih, penggalangan dana, relawan, dan jumlah pemilih.

Sangat penting untuk dicatat bahwa hubungan politik yang mengarah jangka panjang pada pendukung paling berdedikasi datang melalui layanan konstituen yang baik dan komunikatif. Ini, juga dapat difasilitasi melalui teknologi sosial. Namun teknologi bukanlah pengganti untuk hubungan manusia inti yang mendorong politik – melainkan merupakan peningkatan dan amplifikasi dari mereka koneksi pribadi. Fakta bahwa politik adalah *personal* masih harus dipegang untuk semua profesional politik dengan menggunakan alat-alat baru.

Menurut Brian Solis, dalam wawancaranya dengan *BuzzInNews*, media sosial hanya sebuah bab dalam cerita berkesinambungan dari media baru. Media sosial muncul sebagai kategori untuk mendokumentasikan meningkatnya platform interaktif, saluran dan layanan yang memberi jalan untuk demokratisasi informasi.

Media sosial merupakan kombinasi antara ruang lingkup elemen dunia maya, dalam produk-produk layanan *online* seperti blog, forum diskusi, *chat room*, *e-mail*, website, dan juga kekuatan komunitas yang dibangun pada jejaring sosial. Apa yang dikomunikasikan di dalamnya memberikan efek kekuatan tersendiri karena akses pembangunnya berupa teknologi dan juga ‘berbagai media interaksi’ yang dikomunikasikan dengan teks, gambar, foto, audio juga video (Juju dan Sulianta 2010).

Menurut Juju dan Sulianta, media sosial memiliki karakteristik tersendiri yang membedakannya dengan media tradisional, yaitu:

1. Transparansi

Segalanya tampak keterbukaan karena elemen dan materinya memang ditujukan untuk konsumsi public atau sekelompok orang.

2. Dialog dan Komunikasi

Di dalamnya akan terjalin suatu hubungan yang sepenuhnya berupa komunikasi, misalnya antara *brand* dengan para penggemarnya.

3. Jejaring Relasi

Hubungan antara elemen-elemen penyusun akan terjalin dan juga relasi ini akan terbentuk pula antara individu atau kumpulan individu atau suatu perwakilan yang dimotori oleh individu.

4. Multi Opini: Setiap orang akan berargumen dan setiap orang memiliki pandangan yang relatif; entah itu benar, salah atau berada dalam *grey area*, ini tertuang dalam wujud komunikasi sebagai medianya.
5. Multi *Form*

Wujudnya dapat berupa *social media press release*, *video news release*, internet dan elemen penyusun lainnya, komunitas jejaring sosial sebagai *influencer* atau kombinasi diantaranya (Juju dan Sulianta, 2010).

*Media society* merupakan kelompok masyarakat yang peduli terhadap media massa dan dinamika media sosial. Sementara media sosial adalah sebuah media baru yang memiliki fleksibilitas dalam penyebaran informasi. McQuail menjabarkan karakter media sosial yaitu interaktif, menjembatani perbedaan, otonomi, mengibur dan bersifat personal. Dari karakteristik tersebut terlihat bahwa media sosial dapat dijadikan andalan dalam berkomunikasi secara efektif, efisien dan progresif.

Penggunaan media sosial dalam berkomunikasi politik adalah penting terutama ketika politisi berupaya membentuk citra dirinya maupun suatu partai. Fungsi politik media sosial diwarnai sistem politik negara dan kebebasan dalam beropini publik. Dalam membentuk opini publik, media sosial harus dapat menggunakan simbol-simbol politik, strategi penyampaian pesan serta fungsi pemberitaan yang sejalan dengan tuntutan masyarakat.

Menurut Lon Safko (2010), media sosial terbagi menjadi beberapa kategori yaitu *social networking*, *publish*, *photo sharing*, *audio*, *video*, *microblogging*, *livecasting*, *virtual worlds*, *gaming*, *productivity applications*, *aggregators*, *RSS*, *search*, *mobile*, dan *interpersonal*.

### 2.5.1 Twitter

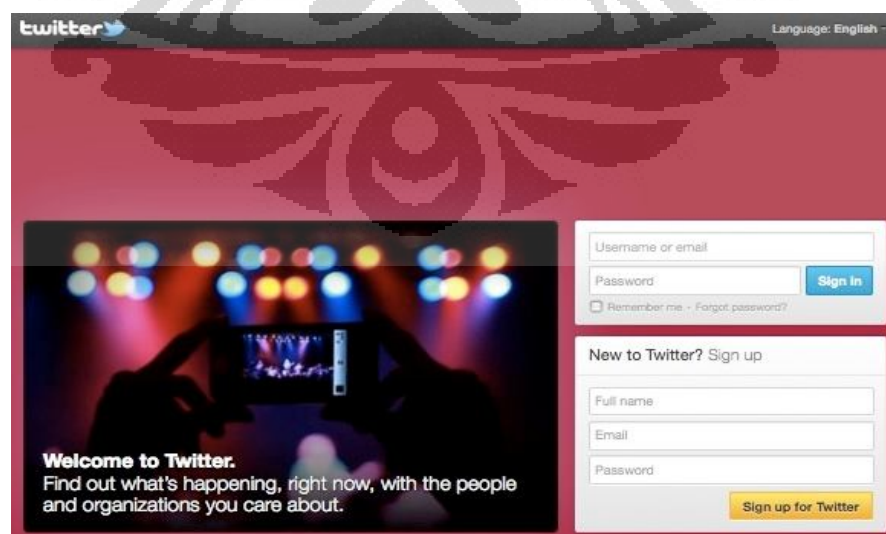
Dalam buku *Social Media Bible* Lon Safko menjelaskan kemunculan *Microblog* berawal dari tren blog. Setelah para *blogger* menghabiskan waktu

untuk menulis panjang dan mendalam, mereka mulai menulis lebih singkat dan personal. *Microblog* menjadi cara tercepat, termudah dan terpopuler.

Twitter merupakan sebuah situs layanan yang diluncurkan pada Maret 2006 dan menjadi *microblogging* paling terkenal. Konsep yang diusung oleh Twitter adalah menyebarkan informasi pesan secara singkat, padat dan *real time* di dalam kalimat kurang dari 140 karakter kepada pembacanya diseluruh dunia. Pengguna Twitter dapat menyebarkan informasi pesan singkat melalui beberapa cara, bisa melalui situs Twitter sendiri, melalui mobile dan SMS, atau melalui aplikasi Twitter lainnya.

Ide pembuatan media *online* Twitter berawal dari sebuah pertanyaan sederhana yaitu “Apa yang teman-teman lakukan saat ini?” yang kemudian berlanjut kepada upaya Twitter untuk menjembatani pertanyaan tersebut kepada penggunanya dengan kembali bertanya “What are you doing?”. Jawaban itu akan disebarluaskan oleh Twitter melalui fasilitas *dashboard* penggunanya.

Terdapat beberapa istilah dalam dunia Twitter. Seseorang yang menulis pesan singkat yang dinamakan *tweet* disebut *twitterer*. Pesan tersebut dapat digaungkan oleh orang lain yang diberi istilah *retweet*. Sementara komunitasnya disebut *Twitosphere*. *Twitterer* terkenal yang biasanya memiliki banyak *followers*, seringkali disebut *Celeb-twit*. Fitur sederhana yang digunakan untuk memudahkan pencarian kategori, dapat digunakan # (tanda pagar).



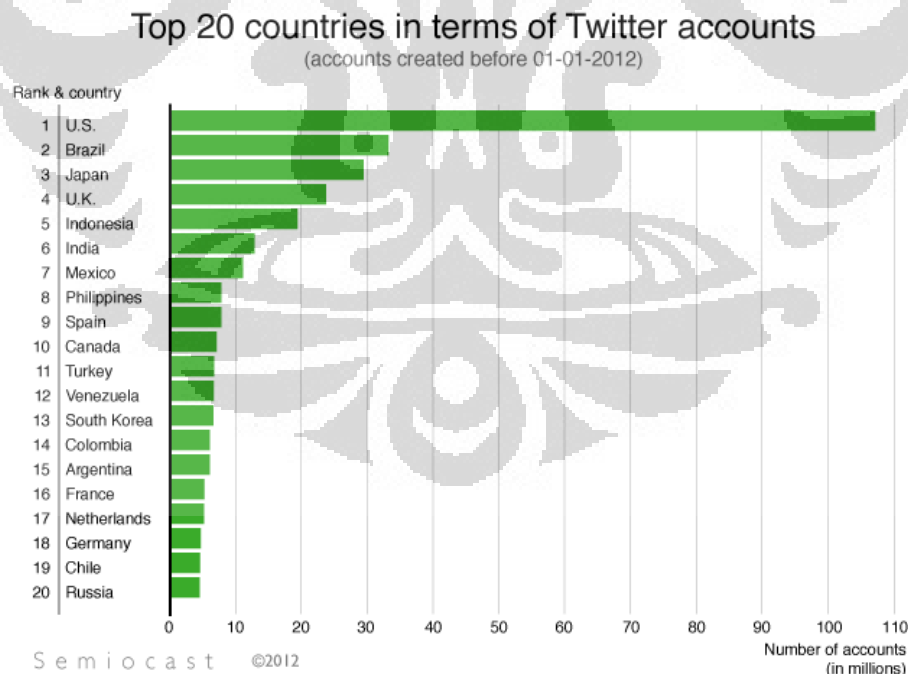
Gambar 2.1 Twitter

Sumber: <http://twitter.com>

Biografi singkat dan *tweets* merupakan salah satu cara untuk merepresentasikan diri. *Tweets* bersifat dinamis dan interaktif, sehingga medium seperti Twitter membuat presentasi diri berlangsung lebih dinamis (Marwick & Boyd, 2010:2-3). Dalam presentasi diri, media sosial dipandang sebagai perpanjangan diri pengguna. Seperti yang diutarakan oleh McLuhan (1965) bahwa medium adalah perpanjangan indera maupun sistem saraf manusia. Pengguna media sosial akan menata media ini selayaknya sebuah ‘ruang tamu’, bahkan ‘kamar’ bagi pengunjunnya.

Indonesia berada di peringkat ketiga di dunia dalam jumlah pengguna Facebook.<sup>9</sup> Lain halnya dengan peringkat pengguna Twitter di Tanah Air yang menurut hasil riset SemioCast (salah satu perusahaan penyedia data dan penelitian tentang media sosial yang berbasis di Paris) pada 2 Februari 2012, berada di urutan kelima di bawah Amerika Serikat, Brazil, Jepang, dan Inggris.

Riset ini dilakukan dengan meneliti 383.000.000 akun Twitter yang terdata sebelum 1 Januari 2012. Amerika Serikat, negara asal Twitter, dengan total 107.700.000 juta akun memimpin di daftar tersebut.



Gambar 2.2 Peringkat 20 Besar Negara Pengguna Twitter

Sumber: <http://semioCast.com>

<sup>9</sup> <http://salingsilang.com/baca/posisi-indonesia-tergusur-di-daftar-pengguna-Facebook-terbesar>

Menyusul kemudian Brazil dengan lebih dari 30.000.000 pengguna. Jepang yang merupakan kawasan pengguna Twitter tertinggi di Asia dengan total hampir mencapai 30.000.000 akun berada di urutan ketiga. Lalu disusul oleh Inggris (dengan 23.800.000 akun), serta Indonesia yang mencapai 19.500.000 pengguna.<sup>10</sup>

## 2.5.2 Facebook

Salah satu bentuk aplikasi dari media sosial adalah *Social Networking*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fowler dan Christakis (2008), *social networking* terdiri dari dua elemen, individual dan hubungan sosial. Setelah hubungan terjalin, akan tergambar suatu jaringan untuk setiap individu yang berada didalamnya. Jejaring sosial yang sedang digemari dan berpotensi besar dalam komunikasi adalah Facebook.

List of countries on Facebook

	Last 6 months	Last 3 months	Last month	Last 2 weeks	Last week
#	Country	Users	Change	(± %)	Pen.
1.	<a href="#">United States</a>	155 699 640	-281 820	-0.18%	50.19%
2.	<a href="#">India</a>	43 497 980	+5 452 980	+14.33%	3.71%
3.	<a href="#">Indonesia</a>	43 060 360	+2 230 640	+5.46%	17.72%
4.	<a href="#">Brazil</a>	37 907 400	+7 454 140	+24.48%	18.85%
5.	<a href="#">Mexico</a>	32 031 340	+1 907 840	+6.33%	28.48%
6.	<a href="#">Turkey</a>	31 248 320	+775 040	+2.54%	40.16%
7.	<a href="#">United Kingdom</a>	30 249 340	-231 960	-0.76%	48.52%
8.	<a href="#">Philippines</a>	27 593 300	+841 300	+3.14%	27.62%
9.	<a href="#">France</a>	23 599 740	+351 400	+1.51%	36.44%
10.	<a href="#">Germany</a>	22 600 660	+966 280	+4.47%	27.47%

Gambar 2.3 Daftar Negara Pengguna Facebook

Sumber: <http://socialbakers.com>

Facebook.com adalah sebuah situs jejaring sosial yang menyediakan layanan bagi penggunanya untuk berbagi informasi pribadi, pendapat, gambar, video dan catatan. Hasil riset Socialbaker, situs analitik media sosial, saat ini

<sup>10</sup>[http://semioacast.com/publications/2012\\_01\\_31\\_Brazil\\_becomes\\_2nd\\_country\\_on\\_Twitter\\_supersedes\\_Japan](http://semioacast.com/publications/2012_01_31_Brazil_becomes_2nd_country_on_Twitter_supersedes_Japan)



akun asal Indonesia tumbuh 5.46%, pada tiga bulan terakhir. Namun pertumbuhan tersebut kalah hebat dibanding India. Negara yang jumlah penduduknya mencapai 1,17 milyar orang ini, pengguna Facebook-nya tumbuh 14.33% pada tiga bulan terakhir.<sup>11</sup>

Boyd dan Ellison (2007) dalam jurnal *Computer-mediated Communication*, menggambarkan situs jaringan sosial sebagai pelayanan berbasis web yang memungkinkan seseorang untuk:

1. Menciptakan sebuah profil publik semi-publik atau publik dalam sebuah sistem yang terbatas (Boyd & Ellison, 2007). Artinya, profil tersebut dapat dilihat oleh setiap orang, setiap anggota situs jaringan sosial tersebut, atau hanya dapat dilihat oleh teman-teman mereka dalam situs jaringan sosial tersebut (Faris, 2008).
2. Mengartikulasikan daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung (Boyd & Ellison, 2007). Dalam situs jejaring sosial seperti Facebook, pengguna memiliki kendali penuh untuk membangun sebuah koneksi pertemanan dengan pengguna lain bahkan dapat mengirimkan pesan, komentar secara pribadi maupun di *wall* yang merupakan ruang publik.
3. Melihat dan melintasi daftar koneksi mereka dan yang dibuat oleh yang lain dalam sistem tersebut (Boyd & Ellison, 2007). Fitur dalam Facebook ini memungkinkan penggunanya untuk melacak seseorang dalam sistem pertemanan mereka.

Boyd dan Ellison (2007) mengatakan bahwa keunikan jaringan sosial terletak pada situs tersebut memfasilitasi penggunanya untuk mengartikulasikan dan menunjukkan jaringan sosial mereka. Kekuatan Facebook terletak pada kemampuannya untuk memungkinkan anggota untuk menghubungkan dan mengatur informasi dan komunitasnya tersendiri. Bagi aktor politik juga dapat digunakan efektif untuk menjangkau konstituen dan pemilih.

Situs yang diluncurkan pada bulan Februari 2004 ini awalnya adalah sarana komunitas mahasiswa. Namun sejak keanggotaannya dibuka untuk umum, jumlah anggotanya kemudian semakin meningkat hingga saat ini. Setiap anggota memiliki halaman untuk posting informasi seperti tanggal lahir, minat, pekerjaan,

---

<sup>11</sup> <http://www.socialbakers.com/Facebook-statistics/>

dan buku-buku favorit. Anggota dapat berkomunikasi secara pribadi dengan satu sama lain melalui pesan atau posting pada anggota lain di fitur *Wall*.



Gambar 2.4 Tampilan Facebook

Sumber: <http://www.facebook.com>

Menurut Mike Westling, dibutuhkan interaksi antara komunitas anggota dan aktor politik satu langkah lebih jauh dari tempat komunikasi yang paling dengan menyediakan sebuah *Wall* publik dimana anggota dapat menulis tanggapan, baik positif atau negatif, kepada para politisi. Respon untuk opini publik selalu menjadi tantangan bagi politisi.<sup>12</sup> Fitur *Group* dan *Events*, masing-masing dengan halaman yang menampilkan deskripsi, gambar, dan papan pesan. Kedua fitur tersebut memungkinkan anggota dari komunitas yang berbeda untuk berinteraksi sesuai minat, keyakinan, atau sekedar berkumpul. Anggota Facebook dapat mendukung kandidat politik, tetapi mereka juga dapat menunjukkan sikap mereka pada isu tertentu.

<sup>12</sup> Expanding the Public Sphere: The Impact of Facebook on Political Communication  
[www.thenewvernacular.com/.../Facebook\\_and\\_political\\_communicati...](http://www.thenewvernacular.com/.../Facebook_and_political_communicati...)

Facebook memungkinkan semua anggota komunitas geografis untuk mendapatkan masukan tentang suatu topik, sementara memberi mereka fleksibilitas memutuskan kapan dan bagaimana mereka berkontribusi untuk percakapan. Para politisi dapat menggunakan Facebook untuk berkomunikasi dengan anggota masyarakat yang bersedia untuk mendengarkan, tetapi mereka tidak dapat secara aktif memaksakan pesan mereka pada siapa pun.

Pada saat yang sama, anggota masyarakat memiliki sarana untuk mengekspresikan pendapat mereka terhadap aktor-aktor politik dan mengutarakan suara mereka sendiri jika mereka merasa tidak ada calon yang belum mewakili mereka. Namun ini tidak berarti bahwa Facebook adalah sempurna, Facebook hanya bekerja untuk melengkapi yang sudah ada dunia nyata masyarakat, dunia nyata isu-isu politik, dan dunia nyata berita.

Bagi sebagian kandidat, kampanye mereka meliputi strategi tradisional yang meliputi iklan televisi, kampanye terbuka, *direct mail*, dan liputan pers. Sebagian besar upaya mereka difokuskan pada penyampaian pesan kampanye melalui metode komunikasi satu arah. Satu-satunya cara efektif kampanye dapat memperoleh umpan balik dari masyarakat adalah untuk menggunakan jajak pendapat. Semenjak kampanye Howard Dean pada tahun 2004, disadari bahwa Facebook dapat memberikan metode strategi kampanye tambahan terutama dalam mengukur minat dan opini masyarakat serta melibatkan masyarakat anggota dalam proses politik.

Kekuatan Facebook terletak pada kemampuannya untuk memungkinkan anggota untuk menghubungkan dan mengatur informasi dan komunitasnya tersendiri. Bagi aktor politik juga dapat digunakan efektif untuk menjangkau konstituen dan pemilih. Dibutuhkan interaksi antara komunitas anggota dan aktor politik satu langkah lebih jauh dari tempat komunikasi yang paling dengan menyediakan sebuah *Wall* publik dimana anggota dapat menulis tanggapan, baik positif atau negatif, kepada para politisi.

Respon untuk opini publik selalu menjadi tantangan bagi politisi terutama aktor politik memiliki gaya mereka sendiri ketika datang untuk terlibat dalam dialog dengan masyarakat dan Facebook memberi mereka alat lain yang untuk mengukur opini publik. Fitur Facebook yang paling sering digunakan untuk

komunikasi politik adalah *Group* atau *Page*. Anggota dapat membuat grup bertema pada setiap topik dan mengundang anggota lainnya untuk bergabung. Dalam *Group*, anggota dapat posting ke papan pesan, menambahkan gambar, dan mengirim berita dan link.

Menurut Jeff Gulati, profesor ilmu politik di Bentley College, manfaat nyata dari sosial situs jaringan akan dirasakan di masa depan untuk para kandidat yang terus terlibat pendukung mereka setelah pemilihan adalah lebih dari dengan mempromosikan rasa asli komunitas di antara mereka. Kebanyakan kandidat hanya mungkin untuk terus aktif menggunakan Facebook jika mereka berencana untuk maju lagi di pemilihan mendatang. Hubungan dengan pendukungnya di media sosial seperti Facebook kebanyakan berakhir setelah masa pemilihan.

Fitur-fitur yang disediakan oleh Facebook orisinal dan bermanfaat. Kombinasi fitur komunikasi di Facebook memiliki nilai dalam komunikasi politik, tetapi esensi Facebook adalah sebagai alat tambahan. Dalam kampanye harus ingat bahwa pasar Facebook sendiri sebagai penghubung untuk interaksi sosial, tetapi tidak menekankan komunikasi politik. Sama seperti dengan media apapun, jika kampanye ingin menarik perhatian masyarakat umum mereka akan harus menyediakan unik dan konten yang dinamis.

Kemampuan Facebook untuk mengintegrasikan komunikasi politik ke jaringan sosial yang lebih luas adalah nilai yang membedakannya dari situs kampanye biasa. Jika jutaan orang mengidentifikasi diri dengan kelompok politik tertentu dan melakukan diskusi politik secara *online*, maka bisa saja mereka kemudian mengambil langkah berikutnya untuk berpartisipasi di dunia nyata. Partisipasi nyata dalam politik dapat berupa membuat kontribusi keuangan, berpartisipasi dalam demonstrasi politik, dan yang paling penting yaitu pemungutan suara.

Manfaat terbesar bahwa Facebook telah diberikan kepada calon sejauh ini adalah sarana untuk memobilisasi dan mengatur ribuan pendukung. Bahkan sebelum Barack Obama mengumumkan pencalonannya untuk Presiden, kelompok Facebook "Barack Obama for President 2008" telah mengumpulkan lebih dari 50.000 anggota. Kelompok lain, "Barack Obama (One Million Strong for Barack)", berhasil mengumpulkan 200.000 anggota dalam waktu kurang dari tiga

minggu. Beberapa penyelenggara yang paling efektif di Facebook tidak langsung berafiliasi dengan kampanye apapun. Kegiatan "Barack Obama in Cleveland" memiliki informasi mengenai waktu, tanggal, dan lokasi dari Acara kampanye Obama. Dibuat oleh beberapa mahasiswa di Case Western Reserve University, halaman acara termasukarah ke acara tersebut dan bahkan memberikan informasi kontak untuk mengatur kolam mobil. Halaman ini juga menyediakan gambar dari acara dan peserta membahas reaksi mereka terhadap pidato. Sebuah kelompok Facebook juga membantu mengorganisir beberapa ribu orang untuk sebuah acara di George Mason University di Februari 2007.

Ada beberapa cara yang dapat memanfaatkan fungsi anggota Facebook untuk mengatur peristiwa politik. Facebook kelompok administrator (biasanya pencipta kelompok) dapat mengirimkan pesan kepada anggota tentang pertemuan atau pembaruan kampanye, membuat daftar kontak pendukung sukarela. Anggota tersebut kemudian dapat mengundang teman-teman untuk bergabung dengan grup. Penyelenggara politik bagi kelompok-kelompok perguruan tinggi akan melacak segmentasi target melalui Profil Facebook, mencari siswa yang mendaftarkan diri mereka sebagai "liberal" atau "konservatif" dan kemudian menghubungi mereka untuk menjadi relawan untuk kampanye.

Dengan menyediakan sarana bagi pemilih muda untuk menyebarkan informasi politik dan berpartisipasi dalam diskusi politik, Facebook telah menjadi tambahan positif untuk dunia komunikasi politik. Meskipun mayoritas komunikasi antara calon dan terutama anggota masih satu arah, tetapi kekuatan Facebook berasal dari kekuasaan anggotanya untuk mengatur dan merespon dalam pengaturan publik. Sejauh sebagai komunitas yang mendorong dan membantu komunikasi politik, Facebook memiliki potensi untuk benar-benar melebihi harapan Habermas tentang ruang publik dan menjadi pusat utama untuk politik tindakan di antara anggota masyarakat.

### **2.5.3 Blog**

Hampir satu dekade lalu, Blumler dan Kavanagh (1999, 217) melihat bermunculannya "era ketiga komunikasi politik" di mana media cetak dan media penyiaran akan kehilangan tempat mereka sebagai saluran utama komunikasi

politik di era baru informasi yang belimpah ini. Mereka berpendapat bahwa komunikasi politik sedang mengalami pergeseran kualitatif dimana pemain utama dalam jurnalisme politik tidak lagi memiliki kontrol di lapangan seperti sebelumnya. Ketika Blumler dan Kavanagh (1999, 213) menulis bahwa berita politik, informasi, dan ide-ide dapat diedarkan oleh komputer, mereka berpikir bahwa internet dan teknologi komunikasi memiliki kapasitas untuk informasi dua arah yang memungkinkan konsumen untuk mencari jenis berita dengan lebih spesifik. Fenomena *blogging* tidak dapat diantisipasi di Amerika Serikat terutama untuk menyebarkan berita terkini mengenai politik. Pada tahun 1999, keberadaan *blog* masih berupa bayi. Kemudian dalam lima tahun, istilah *blog* dapat melambungkan perbedaan antara media lama dan baru. Hal ini membenarkan pernyataan Frost dan Gill (2004) bahwa *blogging* dan teknologinya sekarang dapat disebut *mainstream*.

Awalnya *blog* merupakan catatan harian pribadi di halaman web. Khas karakteristik *blog* termasuk jurnal, suara pribadi, arsip, dan *hyperlinks* menuju situs lain (Gill 2004, Tembok 2005, 153). *Blog* mengkombinasikan media baru dengan hubungan satu arah antara produsen dan konsumen berita. Istilah '*Blogosphere*' diciptakan untuk menangkap segudang interkoneksi yang dibuat melalui daftar *blogroll*, *hotlink* untuk *posting* individual, *trackback*, dan layanan sindikasi yang semua melayani untuk mempertahankan struktur jaringan. Komentator semakin memahami *blogging*, bukan sebagai kegiatan yang melibatkan *blogger* individu yang tak terhitung jumlahnya, tapi sebagai upaya saling kolektif, meskipun tanpa editor dan otoritas pusat koordinasi. *Blog* juga menggemakan gagasan tentang ruang publik sebagai arena di mana warga negara dapat berpartisipasi, berdebat dan memutuskan isu-isu publik dengan kekuatan argumen rasional.

Blog memiliki biaya murah untuk membangun dan memiliki semua unsur baku dari *platform* penerbitan. Penerbitan tidak lagi membutuhkan akses ke sebuah percetakan dan sistem distribusi ritel, atau penyiaran yang setara. Selain itu, tidak seperti berita *online*, *blog* telah mulai membentuk kembali arus berita politik.

Blog mudah diproduksi oleh siapa saja dengan komputer dan akses internet. Awalnya membutuhkan pemahaman terhadap FTP dan HTML yang memakan waktu dan membawa biaya pemeliharaan yang cukup (Hiler 2002). *Bloggging* sedikit membutuhkan keterampilan teknis. Perangkat *user-friendly* tersedia secara bebas. Selanjutnya kini pembangunan berkelanjutan aplikasi Web 2.0 telah menyederhanakan publikasi dari semua jenis konten. YouTube mencontohkan bagaimana meningkatnya jumlah produk perangkat lunak dan layanan yang memungkinkan penambahan konten audio dan video ke *blog*.

Sama pentingnya, Internet sekarang juga berisi repositori yang kaya akan materi. Arsip berita, laporan pemerintah, pidato-pidato politik dan wawancara berita sering dapat dengan mudah diambil. Blogger bisa sekarang langsung menghubungkan komentar mereka ke berbagai sumber. Bahkan dengan alat perekam, mereka dapat merekam siaran berita atau siaran parlemen sehingga klip suara tersebut dapat dimasukkan ke blog. Amatir sekarang memiliki akses ke informasi dan sumber daya yang tadinya hanya tersedia untuk jurnalis media profesional.

Gill mengatakan bahwa *blogger* menulis tentang topik yang penting bagi mereka. Kebanyakan menarik sedikit pembaca dan memiliki jangka waktu yang pendek. Sebagian besar menghindari politik. Tetapi beberapa bersifat politis dan mengangkat topik mencakup urusan publik serta isu-isu politik. Beberapa bahkan mengambil arus media utama dengan melaporkan berita yang diabaikan oleh media tradisional dan memberikan kesempatan umpan-balik. Teknologi komunikasi media baru telah memungkinkan bentuk-bentuk baru politik komunikasi. Dalam tradisi ini, pengguna melihat Internet sebagai terobosan baru di mana warga negara dapat memproduksi sekaligus mengonsumsi berita politik, dan penguasa tidak lagi mengontrol komunikasi politik.

Sepintas tampaknya antusiasme ini seluruhnya masuk akal. *Blogosphere* ini muncul sebagai platform penerbitan baru. Minimal sebuah *blog* berkembang substansial harus mengikis kedua gerbang kontrol yang menjaga media mainstream dalam menyebarkan berita politik, dan kapasitas pemerintah, partai dan kepentingan kelompok untuk menggunakan strategi manajemen media untuk

mempengaruhi pelaporan politik kemudian mengatur agenda dan kebijakan publik.

Terdapat juga jenis-jenis *blog* yang fokus pada pada isu tunggal atau serangkaian isu seperti politik, korupsi atau perubahan iklim; *blog* yang menyediakan keahlian spesialis tertentu untuk memahami topik-topik seperti hukum konstitusi atau opini publik; *blog* yang kritis menganalisis output dari media mainstream, sering dengan kemiringan ideologis; *blog* yang mencoba untuk mendorong dan mengkoordinasikan kegiatan politik kegiatan seperti relawan, kampanye penggalangan dana atau surat tertulis; *blog* yang mencoba untuk membangun masyarakat dari segala jenis; *blog* yang merupakan bagian dari pemilu kampanye, dan *blog* yang fokus pada politik daerah tertentu seperti negara atau kota.

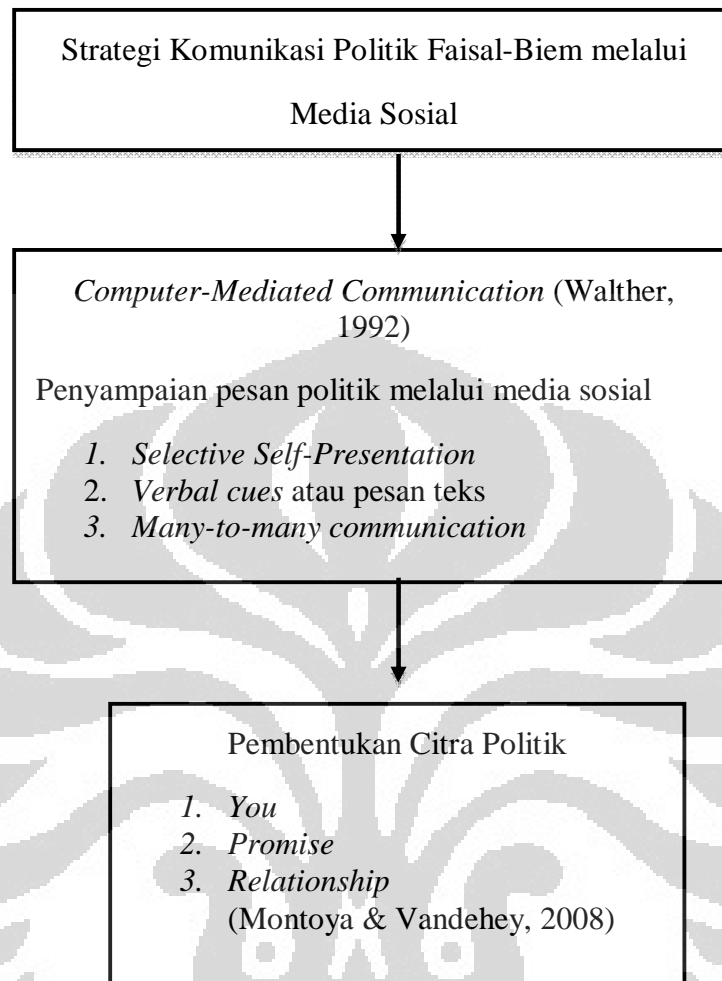
## 2.6 Skema Alur Penelitian

Faisal-Biem melakukan komunikasi politik yang bertujuan untuk membentuk citra melalui media sosial. Berkomunikasi di media sosial merupakan salah satu bentuk dari *computer-mediated communication*.

Pembentukan citra untuk pemasaran politik merupakan bagian dari komunikasi politik. Sebagaimana yang dikatakan oleh Firmanzah (2007) bahwa untuk membangun citra, komunikasi politik yang merupakan proses tukar-menukar informasi antara dua entitas atau lebih harus terus dilakukan.

Berdasarkan hal tersebut, agar penelitian ini lebih terarah maka peneliti membuat skema alur penelitian yang terdiri dari konsep-konsep terkait penelitian sebagaimana yang telah dipaparkan, yakni sebagai berikut:





Bagan 2.1 Skema Alur Penelitian

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Penulis memilih pendekatan kualitatif pada penelitian mengenai strategi komunikasi politik yang dilakukan pasangan calon independen Faisal-Biem karena sesuai dengan tujuan penelitian yaitu mendeskripsikan strategi dan menggambarkan optimalisasi penggunaan media baru sebagai sarana bagi Faisal-Biem dalam berkomunikasi politik.

Strauss dan Corbin (2003:4) menyatakan bahwa pendekatan kualitatif merupakan suatu penelitian tentang kehidupan, riwayat, dan perilaku seseorang, di samping juga tentang peranan organisasi, pergerakan sosial dan hubungan timbal balik. Kirk dan Miller mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam lingkungannya dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya (Moleong, 2004, hal. 3).

Menurut Newman (2003:146), pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang tidak terstruktur dan bersifat menjelaskan yang didasarkan pada sample kecil yang memberikan wawasan dan pemahaman mengenai setting masalah. Alasan digunakannya pendekatan kualitatif sebagai pendekatan penelitian adalah karena peneliti melihat sifat dari masalah diteliti yang dapat berkembang secara alamiah sesuai dengan kondisi dan situasi di lapangan. Peneliti juga berkeyakinan bahwa dengan pendekatan alamiah, penelitiannya akan menghasilkan informasi yang lebih kaya (Yin, 2006).

Penelitian yang menggunakan pendekatan ini menurut Rossman dan Ralis (2003) bertujuan untuk mencari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan di kondisi sesungguhnya. Peneliti kualitatif mengumpulkan apa yang mereka lihat, dengar, dan baca dari orang-orang dan dari peristiwa, aktivitas atau kegiatan serta dokumentasi. Tujuannya adalah untuk mempelajari tentang aspek-aspek dunia

sosial dan untuk menghasilkan suatu pemahaman baru yang kemudian bisa digunakan (Rossman & Rallis, 2003, hal. 3-4)

Atas pertimbangan bahwa peneliti memiliki keinginan untuk memahami subjek penelitian mendalam dan menggambarkan secara terinci mengenai fenomena sosial tertentu, maka dipilihlah pendekatan kualitatif sebagai pendekatan penelitian. Penelitian ini bersifat deskriptif karena memaparkan secara terinci dan spesifik mengenai situasi atau kondisi, keadaan sosial atau suatu hubungan (Neuman, 2003).

Jika dikaitkan dengan topik penelitian ini maka situasi sosial yang dianalisa adalah fenomena komunikasi politik menggunakan media baru yang dimanfaatkan oleh calon Gubernur DKI Jakarta dari jalur independen sebagai sarana untuk mensosialisasikan idea tau gagasan serta langkah-langkah politiknya.

Neuman mengatakan bahwa dalam penelitian deskriptif, para peneliti memulai dengan mendefinisikan dengan baik sebuah subjek penelitian dan melakukan penelitian untuk mendeskripsikan subjek tersebut secara akurat (Neuman, 2003). Peneliti menggambarkan subjek penelitian sebagai tokoh yang membawa dua fenomena tersendiri, selain independensinya, ia menggalang dukungan dengan memaksimalkan peranan media baru seperti Twitter, Facebook, Youtube dan situs resmi.

### **3.2 Metode Pengumpulan Data**

Catherine Marshall dan Gretchen B. Rossman menyatakan bahwa metode dasar pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah berpartisipasi, observasi langsung, wawancara mendalam dan analisa dokumen.

Yin (2006) menyatakan bahwa metode penelitian studi kasus deskriptif dapat didasarkan atas enam sumber bukti (data) yang berlainan, yaitu: dokumen, rekaman arsip, wawancara, pengamatan langsung, observasi partisipatif, dan perangkat-perangkat fisik. Masing-masing akan dijelaskan sebagai berikut:

#### **1. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah informasi dokumenter yang relevan untuk topik studi kasus, meliputi:

- Surat, memorandum, dan pengumpulan resmi;

- Agenda, kesimpulan-kesimpulan pertemuan, dan laporan-laporan peristiwa tertulis lainnya;
- Dokumen-dokumen administratif—proposal, laporan kemajuan, dan dokumen-dokumen internal lainnya;
- Penelitian-penelitian atau evaluasi-evaluasi resmi pada tempat yang sama;
- Kliping-kliping baru dan artikel-artikel lain yang muncul di media massa;
- Dokumen-dokumen tersebut bermanfaat untuk mendukung dan menambah bukti dari sumber-sumber lain.

## 2. Wawancara

Wawancara merupakan sumber bukti yang esensial bagi studi kasus, karena studi kasus umumnya berkenaan dengan urusan kemanusiaan. Urusan-urusan kemanusiaan ini disaksikan oleh informan, dan informan yang mempunyai informasi dapat memberikan keterangan-keterangan penting dengan baik. Para informan juga dapat memberi bagian-bagian bukti tentang sejarah situasi yang bersangkutan, agar peneliti memiliki kesiapan untuk mengidentifikasi sumber-sumber bukti relevan lainnya.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan wawancara semi terstruktur, yakni teknik wawancara yang menggunakan pedoman tertulis dalam pertanyaan-pertanyaan. Pertanyaan-pertanyaan tersebut tidak harus selalu sama antara narasumber yang satu dengan yang lainnya, namun tetap memiliki keterkaitan.

## 3. Pengamatan langsung

Dalam pengamatan langsung peneliti dapat mengukur peristiwa atau perilaku tertentu dalam periode waktu tertentu di lapangan. Saat observasi, peneliti juga bisa mengambil foto-foto pada lapangan studi kasus. Foto-foto tersebut akan membantu memuat karakteristik-karakteristik kasus penting bagi para pengamat luar.

## 4. Observasi partisipatif

Observasi partisipan adalah suatu bentuk observasi khusus di mana peneliti tidak hanya menjadi pengamat yang pasif, melainkan juga mengambil berbagai peran dalam situasi tertentu dan berpartisipasi dalam peristiwa-peristiwa yang akan diteliti. Spradley, dalam Susan Stainback

(1988) membagi observasi berpartisipasi menjadi empat, yaitu *pasive participation*, *moderate participation*, *active participation*, dan *complete participation*.

Partisipasi pasif yaitu peneliti datang dan mengamati namun tidak ikut terlibat, partisipasi moderat yaitu dimana terdapat keseimbangan antara peneliti menjadi orang dalam dan orang luar, partisipasi aktif yaitu peneliti ikut melakukan sebagian dari apa yang dilakukan oleh sumber, dan partisipasi lengkap yaitu sudah terlibat sepenuhnya terhadap apa yang dilakukan oleh sumber. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan *moderate participation*.

#### 5. Perangkat fisik

Sumber bukti yang terakhir adalah perangkat fisik atau kultural, yaitu peralatan teknologi, alat atau instrumen, pekerjaan seni, atau beberapa bukti fisik lainnya.

Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis sumber data yaitu data Primer dan data Sekunder. Data Primer merupakan data utaman yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi data hasil wawancara dan observasi langsung. Bungin mengatakan bahwa dengan wawancara mendalam bisa digali apa yang tersembunyi di sanubari seseorang menyangkut masa lampau, masa kini maupun masa depan (Hariyanto, 2005).

Hasil wawancara ditentukan berdasarkan relevansi orang-orang terkait dengan studi ini yang menjadi narasumber penelitian, yaitu: Faisal Basri, Azwar Zulkarnaen (anggota tim kampanye Faisal-Biem), Yunarto Wijaya (pengamat politik dari Charta Politika), serta Yoes Kenawas sebagai komunikan pribadi atau seseorang yang mendukung Faisal-Biem setelah menerima idea atau gagasan komunikasi politiknya di media sosial.

Data Primer juga dapat diperoleh dengan pengamatan atau observasi melalui cara berperan serta maupun tidak berperan serta. Pengamat secara terbuka diketahui oleh subjek dan sebaliknya para subjek dengan sukarela memberikan kesempatan kepada pengamat untuk mengamati peristiwa yang terjadi dan mereka menyadari bahwa ada orang yang mengamati hal yang dilakukan oleh mereka

(Moleong, 2004, hal.126). Wawancara mendalam dan pengamatan berperan serta saling melengkapi dan mengurangi ketidakajegan (Mulyana, 2003).

Data Sekunder merupakan data-data pendukung penelitian yang berasal dari dokumentasi berupa artikel, *press release*, kegiatan serta dokumen-dokumen lainnya yang terkait dengan strategi Faisal-Biem dalam mengkomunikasikan ide dan langkah politiknya.

Pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi, dimana peneliti menggunakan teknik yang bersifat menggabungkan berbagai teknik yang ada. Susan Stainback menyatakan bahwa tujuan dari triangulasi bukan untuk mencari kebenaran tentang beberapa fenomena, tetapi lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan.

Selanjutnya Mathinson mengemukakan bahwa nilai dari praktek pengumpulan data dengan triangulasi adalah untuk mengetahui data yang diperoleh convergent (meluas), tidak konsisten, atau kontradiksi. Oleh karena itu dengan menggunakan teknik triangulasi dalam pengumpulan data, maka data yang diperoleh akan lebih konsisten, tuntas, dan pasti.

### **3.3 Teknik Analisa Data**

Dalam penelitian ini, data diperoleh dari berbagai sumber dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi). Miles dan Huberman (1984) mengatakan bahwa terdapat tiga tahap aktivitas dalam analisis data, yaitu sebagai berikut:

#### **a. Reduksi Data**

Data yang diperoleh dari lapangan dirangkum dan dipilih yang pokok serta fokus pada hal-hal penting. Menurut Sugiyono, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya jika diperlukan.

#### **b. Penyajian Data**

Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan lainnya. Miles dan Huberman menyatakan

bahwa bentuk yang paling sering digunakan untuk menyajikan data kualitatif adalah teks yang bersifat narasi.

c. **Penarikan Kesimpulan**

Menurut Miles dan Huberman (1984) langkah ketiga adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat juga berupa hubungan kausal atau interaktif, dan hipotesis atau teori.

### **3.4 Pembatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini diperlukan adanya pembatasan masalah sehingga dapat menjadi lebih terarah dan terfokus kepada permasalahan yang sesungguhnya. Sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dipaparkan pada Bab I, maka peneliti berupaya membatasi penelitian ini kepada bagaimana strategi komunikasi politik melalui media baru yang mengarah pada pembentukan citra serta pengoptimalisasian media baru sebagai sarana komunikasi politik bagi Faisal-Biem.

## **BAB 4**

### **STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK FAISAL-BIEM MELALUI MEDIA BARU**

#### **4.1. Calon Independen Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta 2012**

##### **4.1.1 Profil Faisal Basri dan Biem Benjamin**

Dalam penelitian ini, subjek yang diteliti adalah calon Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta 2012 dari jalur independen atau non-partai, Faisal Basri dan Biem Benjamin.

Faisal Basri memulai karirnya sebagai peneliti di Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat (LPEM) FEUI pada tahun 1981 dengan pangkat terendah hingga menjadi Kepala pada kurun waktu 1993-95. Selama bergelut sebagai peneliti inilah ia kerap terlibat dalam kajian daerah. Faisal pernah menjadi salah seorang anggota dewan pakar APKASI (Asosiasi Pemerintah Kabupaten Seluruh Indonesia). Setelah menamatkan program strata-1 dengan gelar Sarjana Ekonomi dari FEUI (1985), Faisal melanjutkan studi strata-2 dan memperoleh gelar MA (Master of Arts) dari Vanderbilt University, USA pada tahun 1988.

Faisal Basri tercatat sebagai pendiri Majelis Amanat Rakyat (MARA) dan Partai Amanat Nasional (PAN). Ia menjadi Sekretaris Jenderal PAN yang pertama dan pasca Kongres I di Yogyakarta dipercayakan sebagai salah satu Ketua. Pada tahun 2001 awal, ia tetap aktif dalam kehidupan politik meskipun telah mundur dari PAN. Faisal mendirikan organisasi politik Pergerakan Indonesia (PI) dan menjadi Ketua Umum Dewan Pimpinan Nasional sejak Kongres I tahun 2004 sampai 2010. Kini ia dipercaya sebagai Ketua Dewan Pertimbangan Nasional.

Sebagai dosen pada FEUI, ia mengasuh mata kuliah Ekonomi Politik sejak matakuliah ini diperkenalkan di FEUI pada akhir 1980-an. Ia juga mengajar mata kuliah Perekonomian Indonesia, Analisis Lingkungan Bisnis, dan Sejarah Pemikiran Ekonomi dan Kelembagaan. Tulisan-tulisannya di media massa dan karya tulis lainnya pada umumnya menggunakan teropong ekonomi-politik.

Pada tahun 2000, Faisal menjadi anggota Tim Asistensi Ekonomi Presiden RI. Pada April 2006 ia diangkat sebagai Ketua Tim Eksternal Monitoring Inpres No.3 Tahun 2006 oleh Menteri Koordinator Perekonomian RI. Sebelumnya, pada



tahun 2000-2006, Faisal Basri berkiprah sebagai komisioner di Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Ia juga sempat bergabung dengan Kadin Indonesia dan dipercaya sebagai ketua LP3E pada tahun 2009.

Pada tahun 2007, Faisal Basri mencalonkan diri menjadi bakal calon Gubernur DKI Jakarta. Akan tetapi ia tidak mendapatkan dukungan dari partai politik sebagai syarat pencalonannya. Maka pada pemilihan berikutnya, Faisal memutuskan untuk maju memperebutkan kursi DKI-1 melalui jalur independen.

Faisal mengatakan bahwa tidak semata-mata mengincar kursi DKI-1 saja, namun juga memiliki keinginan adanya sebuah keseimbangan antara partai politik dan masyarakat sehingga mengurangi arogansi partai yang dapat menimbulkan politik transaksional. Ia juga memiliki keinginan untuk memperbaiki kota Jakarta dari berbagai permasalahan yang ada.<sup>13</sup>

Sementara Biem Benjamin yang menjadi wakilnya, dikenal sebagai tokoh muda asli Betawi yang merupakan putra ketiga dari seniman legendaris Benjamin Suaeb. Ia mengelola sekaligus memiliki BENS Radio yang sukses dikenal sebagai radio khas Betawi dan berhasil membangun Etnikom Network yang memiliki jaringan 14 radio di wilayah Jawa dan Sumatera yang konsisten mengusung etnik atau budaya lokal sebagai *asset* atas kemajemukan bangsa.

Pada tahun 2003, ia menggagas Kongres Rakyat Betawi (KRB) yang diikuti oleh seluruh ormas Badan Musyawarah Betawi. Tujuan diadakan agenda tersebut adalah bagaimana Undang-Undang mengakomodir budaya Betawi. Ketika Biem menjadi anggota Dewan Perwakilan Daerah, ia juga menjadi Ketua Panitia khusus Rencana Perubahan Undang-Undang Nomor. 34 Tahun 1999 tentang Pemerintah Propinsi Daerah Khusus Ibukota Negara Republik Indonesia.

Biem gigih memperjuangkan budaya lokal Betawi secara serius dan konsisten. Budayawan dan seniman ini kemudian memutuskan untuk maju mendampingi Faisal Basri sebagai calon wakil Gubernur melalui jalur independen agar budaya Betawi dapat 'Berdaya Bareng-Bareng' sekaligus dapat diproteksi melalui kebijakan.

---

<sup>13</sup> <http://www.faisal-biem.com>

#### 4.1.2 Perjalanan Faisal-Biem Menuju DKI 1

Berdasarkan UU Pemerintahan Daerah, pasangan calon non-partai atau independen diharuskan dapat mengumpulkan dukungan 4% dari total 10.000.000 penduduk DKI Jakarta. Faisal Basri Batubara bersama Biem Benjamin telah berhasil mengumpulkan dukungan sebanyak 455.097 fotokopi KTP pada tanggal 13 Februari 2012<sup>14</sup>. Akan tetapi, pada tanggal 13 Maret, sekitar 200.000 lebih KTP yang terkumpul dinyatakan tidak valid. Hal ini disebabkan adanya KTP yang kadaluarsa dan berjumlah ganda. Tercatat hanya 51,28% KTP yang valid, tim Faisal-Biem harus mengumpulkan sekitar 190,756 KTP agar dinyatakan lolos tahap verifikasi.<sup>15</sup>

Dalam wawancaranya dengan Kompas pada tanggal 2 April 2012, Faisal Basri mengatakan bahwa pihaknya telah mendapatkan tambahan lebih dari 300.000 dukungan KTP dan diserahkan ke KPU DKI Jakarta pada tanggal 5 April 2012. Selama pengumpulan KTP, terdapat 210 relawan yang melakukan verifikasi *internal* serta memasukkan data ke sistem untuk menghindari adanya KTP ganda dan kadaluarsa.<sup>16</sup>

Dana kampanye sementara yang terkumpul pada Februari 2012 yakni tercatat sebesar Rp. 980.000.000. Untuk memudahkan audit dan dalam rangka transparansi pemasukan dan pengeluaran dana kampanye, tim Faisal-Biem upayakan transaksi-transaksi yang bersifat *digital*. Dengan transaksi *digital*, dana yang masuk dan keluar terlacak dengan mudah sehingga publik tahu dari mana dan untuk tujuan apa dana kampanye mereka.<sup>17</sup> Penggalangan donasi bersifat *web-based* dimana donatur dapat menyumbang melalui situs resmi Faisal-Biem dan diberikan pilihan untuk menyumbang melalui kartu debit, kredit atau melalui layanan *Paypal*.

Faisal Basri menyatakan bahwa untuk menghemat anggaran kampanye, ia dan timnya akan menggunakan strategi berinteraksi langsung dengan masyarakat dengan mengoptimalkan peran relawan di tiap pos serta memaksimalkan situs

<sup>14</sup> <http://www.faisal-biem.com>

<sup>15</sup> <http://www.thejakartapost.com/news/2012/03/13/two-independent-candidates-jakarta-gov-fail-verification.html>

<sup>16</sup> <http://www.faisal-biem.com/artikel-5-813-faisal-biem-siap-diverifikasi>

<sup>17</sup> <http://faisal-biem.com>

jejaring sosial.<sup>18</sup> Untuk mempermudah pendaftaran relawan, formulir relawan tersedia di Google Docs sehingga dapat diunduh dan diisi oleh siapa saja yang ingin menjadi pendukung gerakan Faisal Basri dan Biem Benjamin.

Piping, salah satu anggota tim sukses Faisal-Biem, menyatakan bahwa melalui media *online* yaitu website dan sosial media, mereka dapat merekrut hampir 300 relawan yang siap membantu menyukseskan Faisal dan Biem di pemilihan Gubernur DKI Jakarta 2012.<sup>19</sup> Pada tanggal 16 April 2012, tim Faisal-Biem mengerahkan 500 relawan yang telah dilatih untuk memonitor dan mengawal proses verifikasi dukungan tambahan yaitu sebesar 381.000 KTP.

Pada tanggal 11 Mei 2012, KPU DKI Jakarta mengumumkan bahwa Faisal Basri dan Biem Benjamin lolos verifikasi dan resmi menjadi peserta pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta 2012-2017 dengan jumlah dukungan sebanyak 487.150.

#### **4.1.3 Sejarah Faisal-Biem di Media Sosial**

Faisal Basri tercatat aktif di media sosial salah satunya Twitter, sejak 2009. Akun @FaisalBasri dihiasi kicauan seputar perekonomian Indonesia dan seringkali mengkritisi kebijakan pemerintah. Diawali pada pertengahan tahun 2011, Faisal Basri berupaya menggalang dukungan untuk pencalonannya sebagai Gubernur DKI Jakarta 2012-2017. Untuk itu ia kian aktif menyebarkan informasi berupa alamat sekretariat tim sukses, program-program yang ia miliki, hingga tanya-jawab seputar Jakarta maupun dirinya melalui Twitter.

Setelah resmi berpasangan dengan Biem Benjamin, ia mengubah akun Twitter pribadinya menjadi @FaisalBiem. Faisal-Biem memahami potensi media sosial, maka mereka menciptakan sebuah tim khusus yang terdiri dari 15 orang untuk menangani media sosial. Tim ini bertugas untuk membantu mengembangkan strategi komunikasi politik berkaitan dengan kampanye *online* dan pembentukan citra dari Faisal-Biem.

Anggota tim ini bertanggungjawab terhadap pengelolaan halaman Facebook “Faisal Basri – Biem Benjamin GUBERNUR INDEPENDEN 2012”,

<sup>18</sup> <http://megapolitan.kompas.com/read/2012/02/08/07070696/Saweran.Faisal.Basri.Kumpulan.Rp.980.Juta>

<sup>19</sup> [http://kabarjakarta.com/faisal-basri-berhasil-galang-relawan-hampir-300-orang-dari-media-online.html?utm\\_medium=twitter&utm\\_source=twitterfeed](http://kabarjakarta.com/faisal-basri-berhasil-galang-relawan-hampir-300-orang-dari-media-online.html?utm_medium=twitter&utm_source=twitterfeed)

akun Youtube “FaisalBiem2012”, mengisi konten situs faisalbiem.com, dan akun @TimFaisalBiem yang memiliki jumlah *followers* sebanyak 1968<sup>20</sup>. Akun @TimFaisalBiem ini kerap menyebarkan informasi aktual dan mengkampanyekan program, visi-misi maupun berbagi informasi ringan mengenai Faisal dan Biem.

## 4.2 Pembahasan

Miles dan Huberman (1992) mengatakan bahwa kategori-kategori dikembangkan dari permasalahan penelitian, hipotesis, konsep-konsep kunci, atau tema-tema yang penting. Untuk itu peneliti membuat kategorisasi berdasarkan konsep-konsep dan tema-tema yang menjadi bagian penting dalam penelitian ini untuk mempermudah penjabaran analisis, yakni sebagai berikut:

1. Strategi Komunikasi Politik melalui Media Sosial
  - a. *Selective self-presentation*, yaitu bagaimana upaya Faisal-Biem dalam mempresentasikan kesan-kesan positif seperti karakter yang menarik perhatian, prestasi, opini, dan kegiatan melalui media sosial.
  - b. Optimalisasi pengelolaan pesan berdasarkan prinsip teori *Social Information Processing* dimana yang ditekankan adalah *verbal cues* atau bentuk komunikasi tertulis. Dari metode komunikasi yang dijabarkan oleh Ardial, terdapat 4 metode yang relevan digunakan oleh Faisal-Biem, yaitu *canalizing*, *informative*, *educative*, dan *redundancy*. Peneliti beranggapan bahwa metode *cursive* tidak ditemukan, sementara metode *persuasive* akan dibahas pada sub-bab Diskusi.
  - c. *One-to-one*, *one-to-many*, *many-to-many communication* yang terjadi melalui media sosial.

### 2. Pembentukan Citra Politik melalui Media Sosial

Dalam membangun citra politik diperlukan beberapa elemen yang dapat diadaptasi oleh konsep *Personal Branding* yang dikemukakan oleh Montoya & Vandehey (2008) yaitu: *You*, *Promise*, dan *Relationship*.

Dalam pembahasan, peneliti juga mencantumkan wawancara, kutipan teks, gambar, dan bentuk-bentuk pesan lain yang terkait dengan tema dan konsep yang

<sup>20</sup> <http://twitter.com.timfaisalbiem>, tercatat pada tanggal 19 April 2012.

telah disebutkan di atas, yang ditemukan selama masa penelitian yaitu dari Maret 2012 hingga Juni 2012.

#### 4.2.1 Strategi Komunikasi Politik Faisal-Biem melalui Media Sosial

##### 4.2.1.1 Selective Self-Presentation

Ellison, Steinfeld, dan Lampe (2007) mengatakan bahwa situs jaringan sosial memungkinkan seseorang untuk mengenalkan atau menampilkan diri mereka, mengartikulasikan jaringan sosial mereka dan membangun atau memelihara hubungan dengan orang lain.

Bentuk presentasi diri yang dilakukan oleh Faisal-Biem melalui Twitter dapat dilihat dari kutipan rangkaian *tweets* dari akun @TimFaisalBiem pada tanggal 30 May 2012, sebagai berikut:

1. @faisalbasri : 2012 : *Maju sebagai Cagub DKI dari jalur Independen, Bersama Biem Benjamin. siapa saja yg mendukung @faisalbiem? #cagubDKI May 30, 2012*
2. @faisalbasri : 2010 *Membongkar Kebocoran Pajak sebesar 40 trilyun di Dirjen Pajak #cagubDKI May 30, 2012*
3. @faisalbasri 2009 : *Ketua LP3E, Kadin Indonesia. #cagubDKI May 30, 2012*
4. @faisalbasri 2008 : *Ketua Tim Eksternal Monitoring Inpres No. 3 thun 2006, era Presiden Megawati #cagubDKI May 30, 2012*
5. @faisalbasri 2000-2006: *ekspansi ksegala penjuru & membuka gerai di daerah pemukiman, ini tdk bisa dieksekusi krn brbenturan dgn hak izin pemda May 30, 2012*
6. @faisalbasri 2000-2006: *Komisioner Pengawas Pesaingan Usaha (KPPU) Ia mengeluarkan kputusan melarang jaringan minimarket melakukan..#cagubDKI May 30, 2012*
7. @faisalbasri 2005 : *Menyiarkan Ekonomi mikro brbasis dipertanian & keluar masuk kampung di Indonesia, mgembangkan LKMA, Bank Tani #cagubDKI May 30, 2012*
8. @faisalbasri 2005 *FEUI Award (Penghargaan Agung) sebagai Alumni yg berhasil disektor Sosial dan Masyarakat #cagubDKI May 30, 2012*

9. @faisalbasri 2004 : Mendapat Penghargaan "Pejuang anti Korupsi th 2003" diberikan oleh Masyarakat Profesional Madani (MPM) #cagubDKI May 30, 2012
10. Lagu untuk @FaisalBiem <http://t.co/nGwpN8OT> May 30, 2012
11. @faisalbasri 2004 : Gerakan Anti Politisi busuk lwt KPPI, yg ddukung oleh : Presiden RI 4, Gusdur Marsillam Simanjuntak,Siswono K Atmaja dll May 30, 2012
12. @faisalbasri 2001 : Stelah mundur dri PAN, Ia tetap aktif dlm khidupan politik, mdirikan pgerakan Indonesia(PI) ketum PI 2004-2010#cagubDKI May 30, 2012
13. @faisalbasri th 2000 : Tim Asistensi Ekonomi Presiden RI, era Gusdur #cagubDKI May 30, 2012
14. @faisalbasri 1999-2003 : Rektor Perbanas, Ia melakukan restrukturisasi dan memberikan beasiswa untuk dosen - dosen berprestasi #cagubDKI May 30, 2012
15. @faisalbasri 1999 : Sekjen PAN dengan ketuanya Bpk Amien Rais, Kiprahnya di PAN seperti membongkar skandal Bank Elnusa #CagubDKI May 30, 2012
16. @FaisalBasri 1998 : Menempuh Pendidikan S2 dan meraih gelar Master of Arts (MA) dari Vanderbit University, Amerika Serikat #CagubDKI May 30, 2012
17. @FaisalBasri 1995-1998 : Ketua Jurusan Fak Ekonomi.Ia bersama Mahasiswa aktif dlm gerakan Reformasi, #cagubDKI May 30, 2012
18. Sudah ada pilihan utk Pilkada DKI ? Sahabat Independen yuk kenali Cagub DKI @faisalbiem di TL @timfaisalbiem May 30, 2012
19. @faisalbiem 1993 - 1995 : jejang karir berikutnya Kepala LPEM - FEUI #CagubDKI May 30, 2012
20. Liku panjang Sang Kandidat Diawali Th 1981 : Bekerja sbg Asisten di LPEM - FEUI, lulus kuliah S1, thun 1985 #cagubDKI May 30, 2012
21. 1. Liku Panjang Pengabdian Sang Kandidat Cagub DKI @faisalbasri : lahir 6 Nov 1959, Sikapnya yg konsisten dia tempa sejak kecil.#CagubDKI May 30, 2012

22. 2. *Pandangan politik Ekonomi: Pandangan yg pro bkn berarti Neolib, @FaisalBasri memang tdk anti psr, maksudnya psr yg menghimpun dya twar.. May 30, 2012*
23. 2a. *myrkt setara dgn daya tawar pemilik modal atw lazim disebut Pasar Sosial, bkn Pasar yg dikendalikan segelintir pemilik modal #cagubDKI May 30, 2012*
24. 3. *Sikap Hidup @FaisalBasri : Satunya kata dan perbuatan. Apa yg dia ucapkan sama halnya dengan apa yg dia lakukan. #cagubDKI May 30, 2012*
25. 4. *Prinsip @FaisalBasri tdk menghendaki penumpukan aset k sekelompok org, pedagang Tradisional d biarkan mati perlahan... #cagubDKI May 30, 2012*
26. 4a. *ini yg membuatnya tdk mau belanja ke Hypermarket, @Faisalbasri dan keluarga membiasakan belanja ke pasar2 Tradisional,...#cagubDKI May 30, 2012*
27. 4b. *Dkantornya pun tdk ada, mkn&minuman merk2 tkenal, @faisalbasri mgkritik koleganya yg Brand-minded, alias hya mau membeli merk2 terkenal May 30, 2012*

Melalui serangkaian *tweets* tersebut, akun @TimFaisalBiem mencoba mengungkapkan kepada masyarakat akan nilai-nilai positif mengenai diri Faisal-Biem. Dapat dilihat bahwa pesan yang dikirim menggunakan banyak singkatan, namun hal ini dimaksudkan agar tidak melebihi 140 karakter.

Sementara pada halaman Facebook, terdapat presentasi diri seperti kutipan berikut:

*Faisal Basri-Biem Benjamin GUBERNUR INDEPENDEN 2012*

*Kita sangat menghargai apa yang menjadi pilihan setiap warga. Sekiranya itu yang terbaik dan lebih penuh manfaat mengurangi keburukan sistem selama ini. Tidak ada lagi yg mengharuskan dan memaksa kita untuk memilih siapa krn sesuatu hal yg bukan karena diri kita. Kita menghadirkan independen karena ingin keluar dari keadaan yg selama ini terpenjarakan oleh oligarki partai-partai dan politisi-politis*

*nakal menjual mengatasnamakan rakyat. Kita manusia-manusia independen yg menghargai independensi manusia.*

*May 26 at 7:17am*

Pada situs [www.faisal-biem.com](http://www.faisal-biem.com) juga terlihat presentasi diri yang dilakukan oleh Faisal-Biem pada halaman profil, seperti yang dikutip dibawah ini:

*“Pasangan Faisal Basri - Biem T. Benjamin adalah perjodohan oleh adanya kesamaan visi dalam proses pemilukada, yaitu konsisten sebagai politisi independen. Biem Benjamin memandang Faisal Basri adalah tokoh ekonom yang memiliki integritas tinggi, berani mengembalikan hadiah yang bukan haknya dari desakkan kuat atas ketidakberesan pemerintahan. Sementara Faisal menganggap tokoh pengusaha sekaligus politisi muda yang merakyat dan berani dalam memperjuangkan hak-hak sipil saat sebagai anggota DPD MPR RI yang lalu. Faisal dan gerakan sosialnya, Biem menempuh jalan kebudayaannya.”*

Presentasi diri mengenai independensinya, dapat dilihat dalam kutipan sebagai berikut:

*“Faisal Basri-Biem Benjamin sepakat tetap berjuang di jalur independen dalam pencalonan pemilukada Jakarta 2012 ini, sehingga walaupun di perjalanan ada partai politik yang meminang salah satu atau keduanya, tawaran ini akan mereka tolak. Karena menjadi pasangan pemilukada yang diusung partai memiliki hutang politik yang subyektif sehingga kewajiban pokok melayani rakyat menjadi tidak maksimal. Bagi keduanya, rakyat harus diikutsertakan dalam membangun Jakarta, Rakyat adalah subyek yang berkesempatan menjadi relawan untuk membangun Jakarta. Rakyat diberdayakan melalui Investasi dukungan untuk pembangunan Jakarta. Dan pada akhirnya, rakyat harus lebih berperan dalam mengelola kotanya untuk menjadi lebih baik.”*



## PROFIL



### Mereka Dilahirkan Untuk Menjadi Independen

25 Januari 2012

Pasangan Faisal Basri - Biem T. Benjamin adalah perjodohan oleh adanya kesamaan visi dalam proses pemilukada, yaitu konsisten sebagai politisi independen. Biem Benjamin memandang Faisal Basri adalah tokoh ekonom yang memiliki integritas tinggi, berani mengembalikan hadiah yang bukan haknya dari desakkan kuat atas ketidakberesan pemerintahan. Sementara Faisal menganggap tokoh pengusaha sekaligus politisi muda



### Faisal Basri Batubara, Selalu Menyatukan Kata dan Hati

02 Desember 2011

Sebagai ekonom, politisi dan aktivis LSM, Faisal Basri selalu teguh pada prinsip. Garis perjuangannya jelas, yakni mengurus permasalahan yang menyangkut hajat hidup orang banyak.



### Rumah "Perjuangan" Faisal

13 November 2011

Bukannya Faisal tak pernah berusaha untuk membenahi koleksinya. Sebagian dari deretan buku-bukunya memiliki label, misalnya saja HB.136.835.1993. "HB itu untuk buku-buku makroekonomi. Kategorisasi ini saya buat sendiri, mengikuti perpustakaan Amerika. Dulu, saya rajin memberi label setiap buku saya. Sekarang sudah tidak sanggup. Nggak sempat lagi," ungkapnya.



### Peduli Persoalan Sampah

05 November 2011

Meski air mineral kemasan mudah didapatkan, air minum rebus sengaja ia bawa dari rumah. Alasannya ternyata cukup masuk akal, selain sulit terurai di tanah, botol plastik air mineral, pasti akan menimbulkan sampah.



### Faisal, Pak Guru Yang Nyalon Gubernur

22 Oktober 2011

Faisal Basri lahir di Bandung 6 Nopember 1959. Menikah dengan Syafitrie dan dikaruniai seorang anak perempuan, Siti Nabila Azura Basri (14 tahun), dan dua anak laki-laki (Anwar Ibrahim Basri, 16 tahun dan Muhammad Attar Basri, 10 tahun).

## Gambar 4.1 Kumpulan Artikel Profil Faisal-Biem

Sumber: <http://www.faisal-biem.com>

Pada halaman profil di situs [faisal-biem.com](http://www.faisal-biem.com), terlihat beberapa artikel yang berisi riwayat hidup, data diri, dan foto-foto seputar Faisal-Biem. Presentasi diri ini ditujukan agar para pengunjung situs lebih mengenai bagaimana sosok seorang Faisal Basri dan Biem Benjamin.

**Biem Benjamin Budayawan & Pengusaha Lokal Yang Me-nasional**  
22 Oktober 2011

Biem Benjamin dikenal sebagai tokoh muda asli betawi yang dekat dengan masyarakat kebanyakan. Putra ketiga dari seniman betawi Benyamin S. ini dilahirkan di Jakarta, 13 Maret 1964.

**Cucu Adam Malik**  
16 Oktober 2011

Tak banyak orang mengetahui bahwa Faisal Basri adalah cucu tokoh nasional. Ia ternyata merupakan cucu dari salah satu pahlawan pejuang kemerdekaan, yang kemudian menjadi Wakil Presiden, Adam Malik.

**Perubahan, Butuh Produsen Demokrasi**  
15 Oktober 2011

Perubahan niscaya tak bisa dibendung, sebab perubahan bersifat abadi. Hanya saja, kata Faisal Basri, "butuh lapisan yang tebal untuk menggerakkan perubahan, karena itulah perlu produsen demokrasi yang tak sedikit."

**Sosok Unik**  
13 Oktober 2011

Kesederhanaan, kejujuran dan konsistensi dalam membela kebenaran adalah sikap dan karakter Faisal Basri yang telah di mengerti oleh publik. Sikap dan karakter demikian, tanpa disadari telah membentuk perilaku keseharian yang unik. Di katakan unik karena, perilaku dalam keseharian berbeda dengan kebanyakan orang.

**Apa Adanya Faisal Basri**  
14 September 2011

Bertindak lugas bukan tanpa resiko. Tapi bagi laki-laki kelahiran 6 November 1959 ini, "jikalau harus memilih antara pertemanan atau (menegakkan) kebenaran, saya tak ragu untuk memilih yang terakhir."

**Serpihan Jejak Faisal Basri**  
07 Agustus 2011

Sejak mahasiswa Faisal aktif di berbagai organisasi. Masuk FEUI tahun 1978 tatkala kampus sedang bergejolak melawan NKK-BKK. Gejolak politik membawanya kian larut dalam berbagai gerakan. Ia tercatat sebagai pendiri Majelis Amanat Rakyat (MAR) dan Partai Amanat Nasional (PAN). Di Partai ini ia menjadi Sekretaris Jenderal yang pertama dan pasca Kongres I di Yogyakarta dipercayakan sebagai salah satu Ketua.

Gambar 4.2 Bentuk Presentasi Diri Faisal-Biem

Sumber: <http://www.faisal-biem.com>

#### 4.2.1.2 Optimalisasi Pengelolaan Pesan

Terdapat beberapa metode komunikasi yang dapat dipilih sesuai dengan kondisi dan situasi khalayak. Tim media sosial Faisal-Biem menyadari pentingnya menyesuaikan metode komunikasi dengan kondisi dan situasi warga DKI Jakarta.

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Zulkarnaen, anggota tim media sosial Faisal-Biem, bahwa DKI Jakarta merupakan pengguna media sosial terbesar di Indonesia. Melihat betapa banyaknya pengguna media sosial di

ibukota, ia menganggap bahwa amatlah mubazir jika potensi sebesar itu tidak digunakan sebagai sarana untuk berpolitik.

Hal ini dibenarkan oleh data statistik yang dicatat oleh situs Socialbakers, dimana jumlah pengguna Facebook di DKI Jakarta adalah sebesar 17,48 juta.<sup>21</sup> Begitu juga dengan jumlah pengguna Twitter di Jakarta. Staf Ahli Bidang Komunikasi dan Media Massa Kementerian Komunikasi dan Informatika, Henry Subiakto mengatakan, khusus pengguna Internet wilayah Jakarta ditetapkan sebagai pengguna Internet dan Twitter terbesar di Asia yakni mencapai 48 juta orang, dan diprediksi pada 2015 akan terjadi lonjakan hingga 100 juta pengguna.<sup>22</sup>

Dalam *computer-mediated communication*, komunikasi yang terjadi berfokus kepada pesan-pesan teks. Untuk itu tetap perlu diperhatikan metode penyampaian dan metode menyusun isi pesan politik yang sesuai. Terdapat 4 metode yang relevan dengan penelitian ini berkaitan dengan strategi komunikasi yang digunakan oleh Faisal-Biem, yaitu *canalizing*, *redundancy*, *informative*, dan *educative*.

Untuk keberhasilan komunikasi politik, haruslah dimulai dari memenuhi nilai-nilai dan standar kelompok dan masyarakat. Faisal-Biem selaku komunikator politik mencoba melakukan metode *canalizing* yaitu menyediakan saluran-saluran tertentu untuk menguasai motif-motif yang ada pada khalayak.

Salah satu anggota tim kampanye media sosial Faisal-Biem yaitu Zulkarnaen mengatakan bahwa secara garis besar mereka menggunakan seluruh saluran media sosial baik Twitter, Facebook, forum seperti Kaskus, situs pribadi dan situs-situs pendukung lainnya. Akan tetapi mereka membuat penyesuaian-penyesuaian tersendiri yang dicocokkan dengan fitur masing-masing saluran. *Canalizing* dan penyesuaian antara fitur-fitur unggulan dari masing-masing media sosial dengan bentuk pesan dimaksudkan agar khalayak lebih nyaman dalam penerimaan informasi.

Fitur Facebook yang paling sering digunakan oleh Faisal-Biem adalah album foto untuk memposting foto-foto dari seluruh kegiatan yang dilakukan, serta *status update* untuk menginformasikan sebuah ide atau kegiatan. Situs resmi Faisal-Biem digunakan sebagai “rumah” yang berisi semua informasi, foto,

<sup>21</sup> <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/cities/>

<sup>22</sup> <http://www.beritasatu.com/ipitek/21473-jakarta-pengguna-internet-dan-twitter-terbesar-di-asia.html>

testimoni, opini dan berita terkait dengan Faisal-Biem. Forum Kaskus yang merupakan forum terbesar di Indonesia, digunakan untuk menarik dukungan melalui diskusi, sementara situs Domikado dan Dokudoku digunakan untuk bertransaksi atau menyumbang dana secara *online*. Adapun Twitter, digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan singkat serta menyebarkan link dari semua saluran-saluan di atas.

**Informative** adalah metode dimana bentuk dan isi pesan memberi penerangan yang artinya menyampaikan pesan yang sesuai dengan fakta, data, dan pendapat yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Sedangkan **educative**, dikenal juga sebagai salah satu usaha untuk mempengaruhi khalayak mengenai pernyataan politik yang dilontarkan yang dapat diwujudkan ke dalam bentuk pesan yang akan berisi pendapat, fakta, dan pengalaman, metode ini dapat disebut juga metode mendidik yang memberikan gagasan kepada khalayak berdasarkan fakta, pendapat dan pengalaman yang kebenarannya dapat dipertanggungjawabkan. Metode ini diharapkan dapat memberikan pengaruh yang mendalam kepada khalayak di media sosial.

Zulkarnaen mengatakan bahwa pesan-pesan di media sosial sebagian besar bersifat *informative* dan *educative*, sebagaimana dikutip dari wawancara pada 8 Juni 2012:

*“Twitter dan Facebook kebanyakan isinya adalah pesan-pesan informative seputar kegiatan, tanya-jawab, visi-misi Faisal-Biem supaya warga tahu dan mengenal lebih baik pasangan independen ini dan juga untuk mengedukasi warga supaya lebih cerdas dalam memilih.”*

Metode *informative* sekaligus *educative* ini terlihat dalam kutipan serangkaian *tweets* mengenai DKI Jakarta yang diinformasikan dari akun Faisal-Biem ke akun @ruangjakarta dalam program #tanyacagub pada tanggal 6 April 2012, sebagai berikut:

1. @ruangjakarta #tanyacagub *Pengelolaan museum hrs mnjd bagian strategi pariwisata, pelayanan pendidikan, sekaligus pengelolaan identitas JKT. Apr 06, 2012*

2. *@ruangjakarta #tanyacagub idealnya, museum hrs miliki "business plan" yg jelas, rencana yg jangkau masy utk bangun kpmilikan+basis donasi. Apr 06, 2012*
3. *@ruangjakarta #tanyacagub 5. Museum di Jkt slama ini blm jelas perannya antara sbg tempat exhibisi atau tempat penyimpanan artefak belaka. Apr 06, 2012*
4. *@ruangjakarta #tanyacagub Ttp hrs realistis, krn brhubngn dgn keseimbangan kpntingan publik+privat yg buruk akibat pngelolaan ruang sblmnya Apr 06, 2012*
5. *@ruangjakarta #tanyacagub 4. Meski berbeda secara makna, ideal persentasi ruang bersama itu sebesar ruang terbuka hijau, 30%. Apr 06, 2012*
6. *@ruangjakarta #tanyacagub dgn kata lain, secara bertahap, halaman2 kantor utama pemerintahan juga perlu ditata ulang. Apr 06, 2012*
7. *@ruangjakarta #tanyacagub acara rutin jumpa warga dgn Gub/walikota/bupati+anggota DPRD, pameran+kegiatan sosbudaya, promosi UKM, dll. Apr 06, 2012*
8. *@ruangjakarta #tanyacagub Ada aktivitas utama utk promosikan kembali ruang publik di halaman2 kantor utama pemerintahan spt balaikota, sprti: Apr 06, 2012*
9. *@ruangjakarta #tanyacagub Namun hrs mnjdi prinsip, smua kantor utama DKI Jakarta (Balaikota, 5kota+1Bupati) adlh bagian dari ruang bersama. Apr 06, 2012*
10. *@ruangjakarta #tanyacagub Balaikota seperti diletakkan steril dari kehadiran masyarakat. Apr 06, 2012*
11. *@ruangjakarta #tanyacagub 3. Secara prncanaan spatial sblmnya, sbnarnya sdh tdk mgkn mnjdikan halaman balaikota Pemprov mnjdi ruang bersama. Apr 06, 2012*
12. *@ruangjakarta #tanyacagub sehingga fasilitas dasar dlm ruang2 publik itu sesuai dgn aspirasi warga, sprti ruang publik tingkat komunitas. Apr 06, 2012*

13. @ruangjakarta #tanyacagub Hrs ada semacam konsultasi publik ttg kegunaan yg diharapkan atas ruang2 publik.. Apr 06, 2012
14. @ruangjakarta #tanyacagub Salah satu cara adalah mewajibkan pengelola gedung2 privat membuka taman2 kota (mini) dan ruang terbuka hijau. Apr 06, 2012
15. @ruangjakarta #tanyacagub utk pastikan terciptanya 30% RTH utk jakarta, hrs terjadi dgn bangun keseimbangan kpntingan publik dan privat. Apr 06, 2012
16. @ruangjakarta #tanyacagub .. b. Serta ruang terbuka hijau (termasuk hutan kota). Apr 06, 2012
17. @ruangjakarta #tanyacagub 2. Strategi penciptaan ruang bersama dilakukan melalui a. pembangunan/revitalisasi taman2 kota (square/esplanade) Apr 06, 2012
18. @ruangjakarta #tanyacagub Ruang bersama hrs dpt dibuat di pusat-pusat kota dan komunitas serta hrs mnjadi komponen perencanaan ruang (RTRW) Apr 06, 2012
19. @ruangjakarta #tanyacagub Ruang bersama adalah aspek penting dlm "citizenship", membuat orang memiliki rasa kebersamaan sebagai warga kota. Apr 06, 2012
20. @ruangjakarta #tanyacagub ....terutama untuk interaksi sosial dan kultural, namun juga politik dan komersial. Apr 06, 2012
21. @ruangjakarta #tanyacagub 1. Ruang bersama atau ruang publik adlh lahan perkotaan yang dijaga n dibuat u dapat digunakan oleh semua warga... Apr 06, 2012

Untuk mengatasi permasalahan kemacetan di DKI Jakarta, Faisal-Biem menginformasikan program, gagasan dan solusi permasalahan sebagaimana terlihat dalam kutipan *tweets* pada tanggal 2 Mei 2012 dengan tanda pagar #solusimacet, seperti dibawah ini:

1. Simak TL @Timfaisalbiem Mengatasi masalah Macet program cagub jalur Independen @faisalbiem jam 18.30 May 02, 2012

2. *Mengatasi kemacetan di Jakarta Program Cagub @faisalbiem#solusimacet May 02, 2012*
3. *I. Otoritas transportasi Jakarta (busway dan commuter line) sudah berjalan dengan penerapan-penerapan layanan yang terintegrasi: #solusimacet May 02, 2012*
4. *2.pengelolaan operasional yang terpusat dan terintegrasi yang melibatkan juga PT. Commuter dan TransJakarta.#solusimacet May 02, 2012*
5. *3.Transportasi massal yang disediakan memiliki Armada dan ketepatan jadwal yang akurat.#solusimacet May 02, 2012*
6. *4.Angkutan umum kecil nya beroperasi d drh pmukiman, berfungsi sbgi Feeder k lokasi2 pemberhentian transportasi massal (halte/stasiun) #solusimacet May 02, 2012*
7. *5.Penghentian perijinan kendaraan umum swasta yang tidak masuk dalam rencana trayek dan jalur transportasi umum yang telah ditetapkan. May 02, 2012*
8. *6.Pengurangan kendaraan umum yg masa produksi & kondisi fisiknya sdh tdk memadai/sudah habis & atw ijin trayeknya sdh habis,#solusimacet May 02, 2012*
9. *6a.Ijin trayeknya sdh habis, agr tdk perlu beroperasi pd trayek/jalur2 yg sdh msk dlm rencana jalur/trayek transportasi massal.#solusimacet May 02, 2012*
10. *7.Pembangunan lahan parkir yg memadai pd beberapa titik penting pemberhentian transportasi massal (Busway & Commuterline)#solusimacet May 02, 2012*
11. *7a.di daerah sekeliling Jakarta yang penduduknya cukup banyak memasuki Jakarta.#solusimacet May 02, 2012*
12. *II. Konsep dan sistem untuk Traffic Management yang terintegrasi dan menyeluruh dengan capaian: May 02, 2012*
13. *1.Penerapan electronic road pricing (ERP) pada titik-titik masuk Jakarta yang frekuensi lalulintasnya cukup tinggi bagi kendaraan pribadi. May 02, 2012*

14. 2. Penerapan pajak pemilikan kendaraan pribadi progresif untuk pemilikan ganda kendaraan pribadi. #solusimacet May 02, 2012
15. 3. Pengelolaan pbayaran pjkl pemilikan kdaraan pribadi yg terintegrasi, bkrjasama dgn Polda, menggunakan KK, bukan hya KTP. #solusimacet May 02, 2012
16. 4. Pngoperasian scra konsisten pnegakan hukum lalulintas, mnggunakan Polisi PP, dan bekerjasama dengan Polda Metro Jaya. #solusimacet May 02, 2012
17. 5. Mengurangi dan memindahkan titik-titik putaran (U-Turn) di banyak ruas jalan untuk mengurangi antrian kendaraan berputar #solusimacet May 02, 2012
18. 6. Mewajibkan pusat2 prbelanjaan memiliki lksi pmberhentian kdaraan pribadi maupun kdaraan umum/shuttle yg tdk mngganggu lalulintas/jln umum. May 02, 2012
19. 7. Petugas kamanan pusat2 perbelanjaan & gedung2 prkantor diwajibkan utk membantu kelancaran lalulintas d sekitar lokasi mereka #solusimacet May 02, 2012
20. 8. Memiliki sistem pengaturan lampu pengaturan lalulintas yang kontrolnya terpusat bekerjasama dengan Polda Metro Jaya #solusimacet May 02, 2012
21. Demikian program Solusi Macet @faisalbiem skg sebagai rencana, mari berdaya bareng2 dan dimasa yg akan dtg, bisa di Aplikasikan d Jkt. May 02, 2012

Dari kutipan diatas, selain menginformasikan pengetahuan yang dimiliki, Faisal-Biem juga memberikan solusi atau gagasan terhadap permasalahan-permasalahan yang ada di DKI Jakarta melalui serial kicauan masing-masing sepanjang 140 karakter. Metode ini juga dapat digunakan untuk mensosialisasikan program-program Faisal-Biem dan mempengaruhi khalayak.

Zulkarnaen menyatakan bahwa pengulangan pesan terutama pada Twitter adalah penting untuk dilakukan agar khalayak membaca, mengingat, kemudian



tergerak untuk bertindak.<sup>23</sup> Penyampaian pesan ini menggunakan teknik *redundancy*, manfaatnya adalah khalayak akan lebih memperhatikan pesan dan tidak mudah melupakan pesan-pesan itu karena disampaikan berulang-ulang.

Perlu diperhatikan bagi pelaku komunikasi *online* untuk menjangkau tingkat keakraban dan keintiman seperti yang terbangun dalam komunikasi *face-to-face* dengan cara mengirimkan pesan lebih sering. Tindakan ini selain akan membantu untuk membentuk kesan atau pengaruh dalam hubungan personal, tapi juga meyakinkan *partner* atau *virtual group* yang ingin mengetahui siapa rekan-rekan mereka dan apa yang mereka pikirkan.



Gambar 4.3 Serangkaian *Tweets* Berisi Program Faisal-Biem

Sumber: <http://twitter.com/timfaisalbiem>

Maka metode *redundancy* yang merupakan upaya mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan, dapat membangun keakraban sebagaimana yang disarankan oleh Walther. Teknik ini terlihat dari pengulangan pesan berisi program-program seperti pada *tweets* pada tanggal 13 Juni 2012 ini:

<sup>23</sup> Wawancara dengan Azwar Zulkarnaen, anggota tim kampanye Faisal-Biem, pada tanggal 8 Juni 2012

1. *Program Cagub DKI no. 5 @FaisalBiem Mengatasi kemacetan di Jakarta sesaat lagi #program Jun 13, 2012*
2. *I. Otoritas transportasi jakarta (busway dan commuter line) sudah berjalan dengan penerapan-penerapan layanan yang terintegrasi: #program Jun 13, 2012*
3. *1. Penerapan 1 tiket untuk penggunaan seluruh transportasi transportasi massal yang disediakan. #program Jun 13, 2012*
4. *2. Pusat pengelolaan operasional yang terpusat dan terintegrasi yang melibatkan juga PT. Commuter dan TransJakarta. #Program Jun 13, 2012*
5. *3. Transportasi massal yang disediakan memiliki armada dan ketepatan jadwal yang akurat. #program Jun 13, 2012*
6. *4. Angkutan umum kecil hanya beroperasi di daerah pemukiman, berfungsi sbg Feeder ke lokasi2 pemberhentian transportasi massal #Program Jun 13, 2012*
7. *4a. (halte atau stasiun) dan terintegrasi dalam otoritas transportasi jakarta #Program Jun 13, 2012*
8. *5. Penghentian perijinan kendaraan umum swasta yg tidak masuk dalam rencana trayek & jalur transportasi umum yang telah ditetapkan. #Program Jun 13, 2012*
9. *6. Pengurangan kendaraan umum yg masa produksi & kondisi fisiknya sdh tdk memadai/sudah habis dan atau ijin trayeknya sudah habis, #program Jun 13, 2012*
10. *6a. agar tidak perlu beroperasi pada trayek/jalur-jalur yang sudah masuk dalam rencana jalur/trayek transportasi massal.#program Jun 13, 2012*
11. *7. Pembangunan lahan parkir yang memadai pada beberapa titik penting pemberhentian transportasi massal (Busway & Commuterline) #program Jun 13, 2012*
12. *7a.di daerah sekeliling Jakarta yang penduduknya cukup banyak memasuki Jakarta. #program Jun 13, 2012*
13. *II. Konsep dan sistem untuk Traffic Management yang terintegrasi dan menyeluruh dengan capaian: #program Jun 13, 2012*
14. *1. Penerapan electronic road pricing (ERP) pd titik2 msk Jkt yg frekuensi*

- lalulintasnya cukup tinggi bagi kendaraan pribadi.#program Jun 13, 2012*
15. 2. *Penerapan pajak pemilikan kendaraan pribadi progresif untuk pemilikan ganda kendaraan pribadi.#program Jun 13, 2012*

#### **4.2.1.3 Many-to-many Communication**

Media sosial dapat menjadi saluran *one-to-one*, *one-to-many* hingga *many-to-many communication*. Berawal dari pengiriman pesan antara satu orang dengan satu orang lainnya, dapat menyebar kepada banyak penerima, kemudian digaungkan lagi dari penerima-penerima tersebut kepada lebih banyak orang. Kelebihan dari *computer-mediated communication* adalah dapat mendukung komunikasi interpersonal dari satu orang ke orang lain dan bisa menyebarkan pesan dari satu orang ke banyak penerima pesan lain.

Kondisi ini sesuai dengan yang dikatakan oleh para peneliti terdahulu bahwa dengan *computer-mediated communication*, seseorang dapat menciptakan, menyampaikan, mengirimkan, menyebarkan, atau menerima pesan-pesan yang dikirim dari satu orang ke orang lain, dari satu kelompok ke satu orang, dari satu orang ke satu kelompok, atau dari satu kelompok ke kelompok lain.

Komunikasi bermediasi komputer dapat mengubah suasana bagi komunikasi publik dengan adanya pengurangan hambatan-hambatan bagi setiap individu atau kelompok untuk menjalankan komunikasi publik. Faisal-Biem dan tim media sosialnya menyadari potensi tersebut dan menyatakan bahwa akan terus memelihara komunikasi yang sudah terjalin dengan khalayaknya secara interaktif.

Semenjak Faisal-Biem gencar menyebarkan pesan-pesan politiknya melalui Twitter, kini muncul berbagai dukungan dari akun-akun yang cukup populer di Twitter seperti Goenawan Mohamad (@gm\_gm), Poltak Hotradeo (@hotradeo), Wanda Hamidah (@wanda\_hamidah), Poltak Hotradero (@hotradero), Salahuddin Wahid (@gus\_sholah), Cyril Raoul Hakim (@Chicohakim), @Pandji dan @GlennFredly. Mereka menjadi agen-agen viral marketing politik di media sosial yang dapat meneruskan atau menyebarkan pesan-pesan dari akun Faisal-Biem ke lebih banyak orang lagi.

Jaringan komunikasi yang terlihat dalam situasi tersebut menggambarkan bahwa dengan fasilitas yang ada di internet, sebuah komunikasi interpersonal dapat berkembang menjadi komunikasi massa.



Saya dukung @faisalbasri utk jadi calon gubernur tanpa partai. Kita tunjukkan ada calon pemimpin yg bersih, berani, siap bekerja utk umum.

21 hours ago via web



Bang Faisal, saya dukung anda jadi Gubernur DKI - dengan harapan pemerintahan dapat dibuat ramping & efisien. @faisalbasri

21 hours ago via Silver Bird



15  
RETWEETS

14  
FAVORITES



10:29 AM - 16 Apr 12 via UberSocial for BlackBerry · Details

Reply Retweet Favorite

Gambar 4.4 *Many-to-Many Communication* Mengenai Faisal-Biem yang Terjadi di Twitter

Sumber: <http://twitter.com>

#### 4.2.2 Optimalisasi Media Baru sebagai Sarana Pembentukan Citra Politik Faisal Basri dan Biem Benjamin

Sebagaimana dipaparkan dalam Bab II, dalam proses membangun citra politik diperlukan beberapa elemen yang dapat diadaptasi oleh konsep *Personal Branding* yang dikemukakan oleh Montoya & Vandehey (2008) yang terdiri dari *You, Promise, dan Relationship*.

Elemen *You* ini terlihat pada penyebaran biografi, kegiatan, ide, gagasan di semua kanal media sosial yang mereka miliki, terkait dengan *self-selective presentation* yang sudah dijelaskan sebelumnya. Elemen ini dirancang untuk menyampaikan dua hal penting kepada sasaran yaitu siapakah pribadi seseorang dan apa yang ia lakukan.

Dalam *political branding*, politisi harus dapat membuat gambaran yang mencerminkan nilai-nilai, kepribadian, keahlian dan kualitas yang membuatnya berbeda dengan politisi yang lain. Faisal-Biem memiliki posisi sebagai pendatang baru, sehingga identitasnya tersebut harus dikomunikasikan dengan baik sehingga menghasilkan kesadaran yang tinggi. Pemosisian identitas juga akan menghasilkan diferensiasi yang membedakan Faisal-Biem secara signifikan dengan kandidat yang lain.

Faisal-Biem berupaya menyampaikan gambaran bahwa mereka adalah calon pemimpin DKI Jakarta yang berbeda dengan yang lain. Identitas yang ditampilkan oleh Faisal-Biem melalui media sosial adalah independen, bersih, dan pintar. Maka dari pengamatan konten @FaisalBiem selama masa penelitian dari bulan April 2012 hingga Juli 2012, peneliti mencoba mengklasifikasikan sebagai berikut:

Kategori	Frekuensi	Persentase
<b>Independen</b>	138	35.75%
<b>Bersih</b>	81	20.98%
<b>Pintar</b>	167	43.264%
<b>JUMLAH</b>	386	100%

Tabel 4.1 Klasifikasi Citra Faisal-Biem dalam Pesan

Tabel ini menunjukkan bahwa pesan-pesan yang mencitrakan Faisal-Biem sebagai kandidat yang pintar memiliki frekuensi tertinggi, yaitu sebanyak 43,26%. Sebagaimana yang telah dijabarkan dalam pembahasan mengenai *Selective Self-Presentation*, mayoritas pesan yang disampaikan Faisal-Biem mengandung tema edukatif dan informative yang menunjukkan presentasi diri sebagai kandidat yang memahami DKI Jakarta.

Sementara citra independen berjumlah 35,75%. Penggambaran kandidat jalur perseorangan yang tidak terbelenggu kepentingan partai adalah citra yang ingin diperkuat dan disosialisasikan Faisal-Biem melalui media sosial, seperti serangkaian *tweets* yang disampaikan melalui @FaisalBiem:





Gambar 4.5 Rangkaian Pembentukan Elemen *You* oleh Faisal-Biem

Sumber: <http://twitter.com/faisalbiem>

Sementara itu citra bersih yang ingin ditampilkan oleh Faisal-Biem mendapat frekuensi sebanyak 20,98%. Citra bersih ini ditampilkan dalam pesan-pesan yang menginformasikan mengenai transparansi dana. Sebagaimana rangkaian *tweets* tanggal 13 Mei, mendekati hari peresmian donasi *online*, dapat dilihat sebagai berikut:

1. *Dengan saweran online, transparansi dana kampanye lebih terjamin. Jumlah nominal yg dilaporkan benar2 apa adanya, tak ada yg disembunyikan. May 13, 2012*
2. *Oleh karena itu @FaisalBiem membuka layanan saweran online via website. Sore ini saweran online dibuka secara resmi. May 13, 2012*
3. *@FaisalBiem menyadari besarnya kekuatan dunia online. Indikasinya adalah Jakarta sbg kota tempat pengguna Facebook terbesar di dunia. May 13, 2012*
4. *Setiap kali @FaisalBiem lakukan silaturahmi ke warga, warga bareng2 melakukan saweran offline, berupa uang, makanan, dsb. May 13, 2012*
5. *Saweran dilakukan secara online dan offline. Saweran online bisa pake kartu debit dan kredit di web @FaisalBiem. May 13, 2012*
6. *@FaisalBiem adalah calonnya warga, dana kampanye dari saweran warga, bukan dari bandar, berutangnyanya ke warga bkn ke Bandar. May 13, 2012*

Melalui serangkaian *tweets* tersebut, Faisal-Biem menyampaikan dan membuat gambaran mengenai hal yang membedakan mereka dengan kandidat lain yaitu tidak adanya hutang budi dari partai yang pada akhirnya akan mempengaruhi kepemimpinan mereka kelak. Maka pendanaan kampanye politik yang mereka lakukan adalah murni dan terbuka dari *saweran* warga.

Pernyataan-pernyataan Faisal-Biem menuntut adanya pemenuhan harapan dari masyarakat. Elemen ***Promise*** dalam pencitraan politik mengharuskan politisi mempertanggung-jawabkan citra yang dibentuk. Sebagai bukti dari citra independen dan bersih tersebut, maka Faisal-Biem menempuh pola baru dengan melibatkan warga untuk turut serta memberikan sumbangan melalui donasi *online* yang kerap mereka juluki *saweran*.



Zulkarnaen mengatakan bahwa donasi *online* ini merupakan perwujudan dari citra independen dan bersih yang ingin dibentuk oleh Faisal-Biem.

*“Kandidat pertama kali yang menggunakan sistem donasi online yang bisa memakai credit card di Indonesia adalah Faisal-Biem. Bisa dicek dimanapun, belum pernah ada donasi online dengan credit card. Kalau transaksi payment beli barang itu sudah banyak, tapi donasi politik ini baru pertama kali dan ya memang kita publikasinya masih di channel-channel yang murah lah ya seperti media sosial. Kita taruh di website kita sendiri, di Twitter, Facebook, kemudian disebar juga melalui SMS. Kemarin kita bikin launchingnya. Baru sebatas itu. Nah kita sih mau coba keluar uang sedikit, pasang di salah satu media online besar di Jakarta dan diharapkan ada feedback dari situ. Karena disini yang diharapkan bukan cuma jumlah besarnya dana yang masuk dari satu penyumbang tapi dari jumlah penyumbang yang banyak sebagai bentuk bahwa warga sudah percaya dengan citra Faisal-Biem yang independen dan bersih.”<sup>24</sup>*

Sistem donasi ini sudah berjalan dan disosialisasikan dari bulan April 2012, namun baru diresmikan pada tanggal 13 Mei 2012, bertempat di FX. Tampak hadir sejumlah tokoh seperti Wanda Hamidah, Alex Komang, Effendy Ghazali, dan Maruli Gultom. Dalam sambutannya, Faisal Basri menyampaikan bahwa penggalangan dana dengan melibatkan masyarakatan adalah sebuah cara untuk lepas dari genggaman pengusaha hitam. Ia mengatakan bahwa cara *saweran* merupakan bagian untuk keluar dari lilitan politik yang monolitik. Sementara itu, Abah penanggung jawab donasi *online*, mengatakan bahwa donasi *online* Faisal-Biem merupakan terobosan pertama kali di Indonesia dan belum terdapat tim sukses lain yang menggunakan cara ini, baik pada Pemilu 2009 maupun Pilpres.

Pada bulan Mei 2012, Faisal Basri mengatakan telah berhasil mendapatkan dukungan dana dari kurang lebih 400 donatur, mulai dari sumbangan sebesar Rp. 20.000 hingga Rp. 5.000.000 dengan total sebanyak 10 milyar Rupiah. Estimasi dana kampanye yang diperlukan termasuk biaya

---

<sup>24</sup> Kutipan wawancara dengan Azwar Zulkarnaen, anggota tim kampanye Faisal-Biem, pada tanggal 8 Juni 2012

operasional adalah sebesar 30 milyar rupiah. Sebagian dana dialokasikan untuk iklan di televisi, dan untuk menghemat biaya kampanye tetap memaksimalkan peranan media sosial serta berinteraksi langsung dengan warga DKI Jakarta.

The image shows a web page for an online donation campaign. At the top, there is a red banner with the logo 'faisal biem berdaya bareng2' and the text 'KAMI INDEPENDEN HANYA BERHUTANG DAN BERTEKAD PADA WARGA JAKARTA'. Below the banner are two portraits of men, Faisal Basri and Biem Benjamin, with the text 'DONASI ANDA MENENTUKAN MASA DEPAN JAKARTA' and 'FAISAL BASRI - CALON GUBERNUR INDEPENDEN JAKARTA 2012 - BIEM BENJAMIN'. The main content is a donation form with the following fields: 'NAMA\*', 'JUMLAH DONASI\*', 'TELP/HP\*', and 'EMAIL\*\*'. Below the form is an orange button labeled 'PROSES DONASI'. A note below the button reads: 'catatan: TELP/HP dan EMAIL dapat diisi HANYA salah satu, supaya team kami dapat menghubungi anda.' At the bottom of the form area, there is a link 'Lanjutkan ke Website ...' and social media sharing icons for '+ SHARE | Facebook | Twitter | Email'.

Gambar 4.6 Tampilan Donasi Online

Sumber: <http://www.faisal-biem.com>

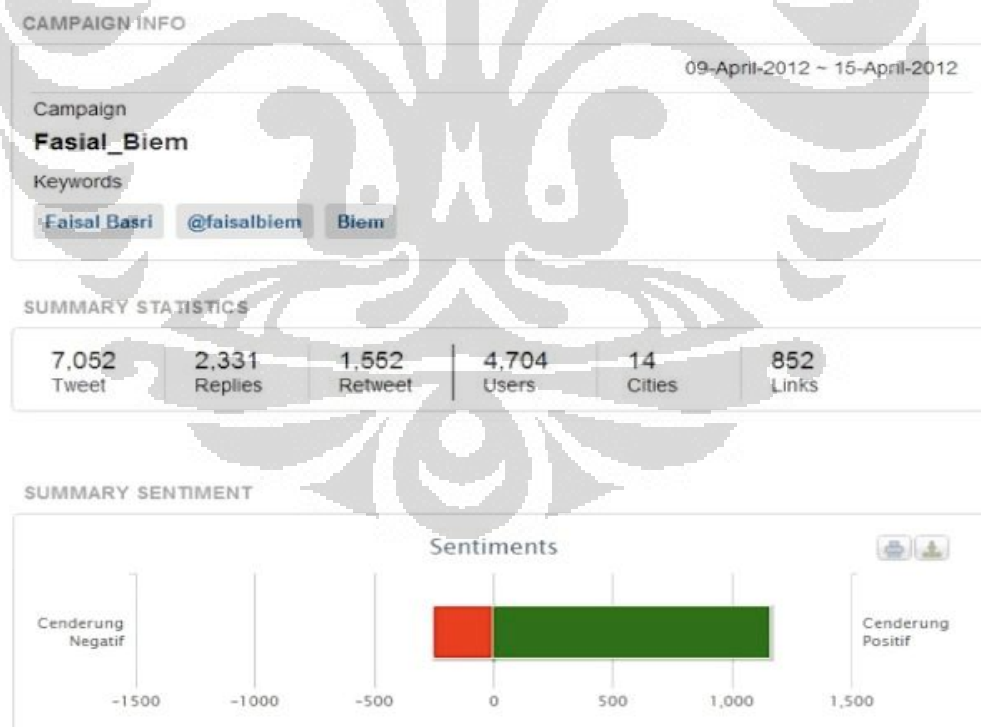
Meskipun sebagian penyumbang dana ingin namanya dirahasiakan dari publik, namun tetap akan dilaporkan ke bagian audit. Hal ini dilakukan untuk membuktikan bahwa ia menepati janjinya ke masyarakat untuk tetap independen dan terbuka.

Pembentukan citra politik yang baik dapat pula menciptakan elemen *Relationship*, yakni sebuah hubungan yang baik dengan masyarakat. Hasil analisa melalui SX Index dari tanggal 2 hingga 8 April 2012 menjelang tahap verifikasi awal calon Gubernur DKI, terdapat 8180 *tweets* dari 5027 akun yang terjaring melalui kata kunci Faisal Basri, Biem, dan akun @FaisalBiem. Lokasi *tweets* berasal dari 16 kota dan Jakarta menjadi kota yang paling aktif membicarakan tentang Faisal-Biem di Twitter yaitu tercatat sebesar 869 *tweets* dalam satu

minggu tersebut. Tercatat sebanyak 706 pengguna Twitter asal Bandung yang ikut membicarakan Faisal-Biem atau berpartisipasi dalam topik #tanyacagub, #DKI1, #merawatjkt.

Sementara pada tanggal 9 hingga 15 April 2012, akun milik Faisal-Biem mengirim *tweets* sebanyak 57 kali dan mendapat *mention* sebanyak 1125. Terdapat pula 7052 kicauan dengan kata kunci “Faisal Basri”, “Biem”, dan “@FaisalBiem”. *Tweets* tersebut berasal dari 4704 akun Twitter dari 14 kota. Sebanyak 16% berisi pesan positif dan terdapat 4% berisi sentimen negatif. Dapat disimpulkan dari hasil pelacakan statistik SX Indeks ini bahwa terjadi penurunan respon pengguna twitter terhadap Faisal-Biem pada pekan kedua di bulan April 2012.

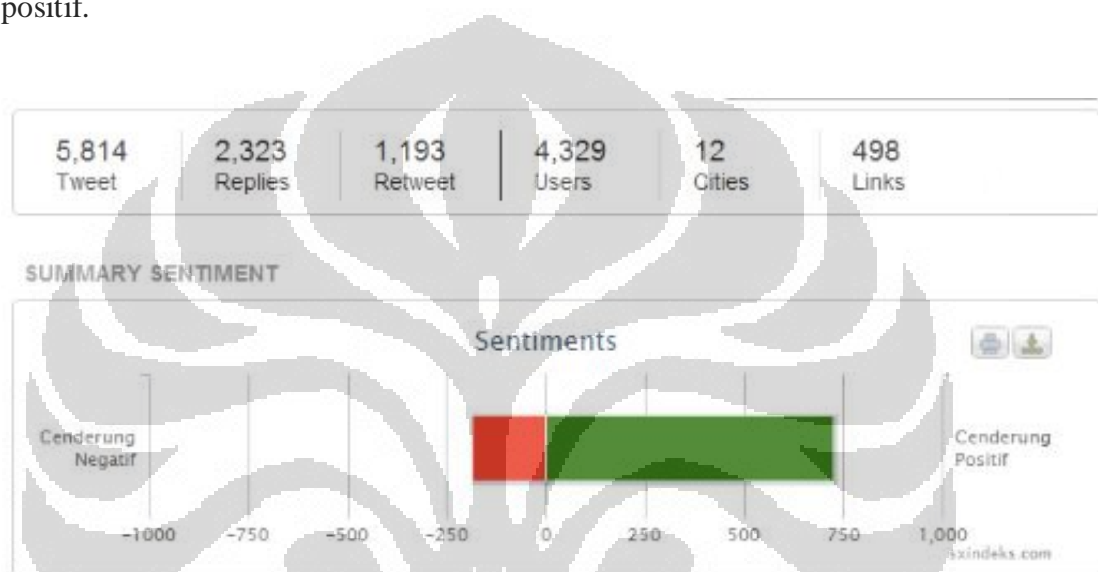
Pada tanggal 10 April 2012, sebuah berita dari akun media *online* @DetikCom yang memuat kritik Faisal-Biem terhadap penambahan jumlah Mal di Jakarta menjadi pemicu ramainya percakapan mengenai pasangan tersebut dan mencapai jumlah penyebaran atau *retweet* sebanyak 225 kali.



Gambar 4.7 Analisa Percakapan Mengenai Faisal-Biem pada  
9 April 2012 hingga 15 April 2012

Sumber: SX Indeks - Saling-Silang

Pada pekan ketiga yaitu tanggal 16 – 22 April, @TimFaisal Biem mengirim sebanyak 34 *tweets* dan menerima 146 *mention*. Sementara akun @FaisalBiem mendapat 565 *mention*. Kata kunci “Faisal Basri”, “Biem”, dan “@FaisalBiem” mendapat total *tweets* sebanyak 5814 dari 4329 akun yang tersebar di 14 kota. Isi *tweets* positif sebanyak 70% dan yang bersentimen negatif sejumlah 20%. Dari hasil perhitungan SX Indeks tersebut, terlihat bahwa terdapat penurunan jumlah kicauan mengenai Faisal-Biem namun meningkatnya respon positif.

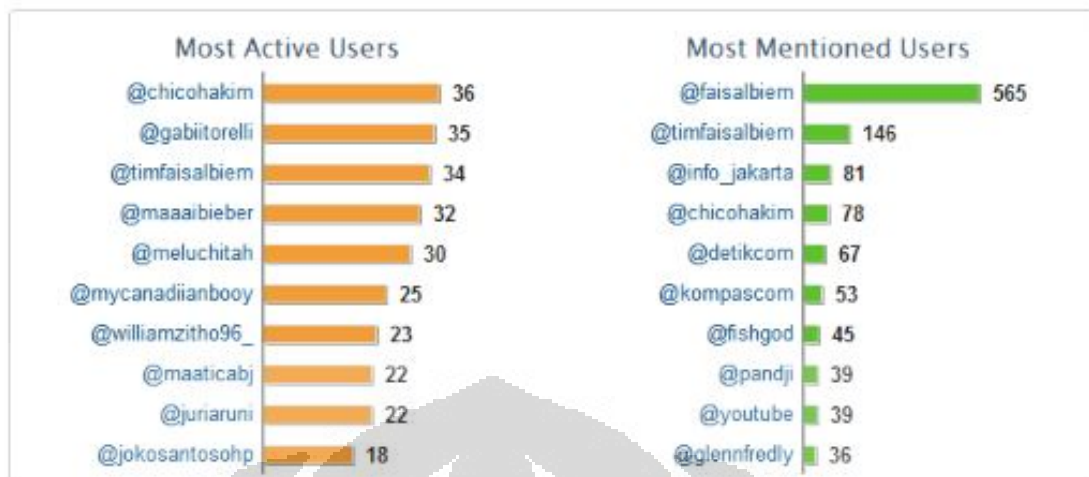


Gambar 4.8 Analisa Percakapan Mengenai Faisal-Biem pada 16 April 2012 hingga 21 April 2012

Sumber: SX Indeks - Saling-Silang

Pada pekan pertama dan kedua di bulan April 2012, akun milik Juria Ambar Haruni (@juriaruni) menjadi akun yang paling aktif menyebut Faisal-Biem. Akan tetapi pada pekan ketiga, akun @chicohakim milik Cyril Raoul Hakim yang merupakan Ketua DPP Partai Amanat Nasional, menjadi akun yang paling aktif membicarakan pasangan independen tersebut.

## SUMMARY USERS PARTICIPANTS



Gambar 4.9 Daftar Pembicara Teraktif Mengenai Faisal-Biem

Sumber: SX Indeks - Saling-Silang

Titik tertinggi respon terhadap Faisal-Biem di bulan Mei 2012 jatuh pada tanggal 11 Mei 2012, yaitu ketika dikeluarkannya pengumuman resmi calon pasangan dalam pemilihan DKI Jakarta oleh KPUD.



Gambar 4.10 Tweet dengan Respon Tertinggi di Bulan April

Sumber: <http://twitter.com/faisalbiem>

### 4.3 Tanggapan Mengenai Penggunaan Media Sosial dalam Kampanye Politik Faisal-Biem

Di dalam penelitian ini, terdapat triangulasi sumber yang digunakan untuk memperkuat dan mengkonfirmasi hasil penelitian. Setelah menjabarkan data hasil observasi, wawancara pihak Faisal-Biem dan studi dokumen pada pembahasan

sebelumnya, maka berikut ini peneliti akan melakukan pemaparan hasil wawancara dengan narasumber yang berada di luar dari tim Faisal-Biem.

#### 4.3.1 Wawancara dengan Yunarto Wijaya

Peneliti menjadikan Yunarto Wijaya sebagai salah satu narasumber dikarenakan ia merupakan pengamat politik yang juga aktif di media sosial. Hubungan Yunarto dengan Faisal Basri cukup dekat dan ia mengikuti perkembangan kandidat independen ini mulai dari tahap-tahap awal yakni penentuan maju, pemilihan Biem Benjamin sebagai wakil, pencarian KTP, survei dan pemberian saran akan strategi komunikasi politik yang dilakukan.

Media sosial dapat menjadi sebuah media yang penting dalam kampanye pemilihan Gubernur DKI Jakarta 2012. Sebagaimana yang dikatakan oleh seorang analisis politik dari Charta Politika, Yunarto Wijaya, bahwa media sosial merupakan sebuah terobosan yang menarik dan kemunculan media sosial telah membentuk karakter baru dalam kampanye politik yang tadinya terlihat polanya begitu saja.

*“Media sosial menjadi sebuah konsekuensi dalam dunia politik ketika era digital tidak lagi bisa ditolak. Yang sangat membedakan ketika ada segmen baru yang memiliki peran sangat kuat yang selama ini seakan-akan dipinggirkan dalam dunia politik yang kecenderungannya agak feodal terutama di Indonesia yang lebih banyak diisi oleh senior-senior yang menggunakan metode konvensional. Jadi dengan adanya sosial media ini ada instrumen yang diisi lebih banyak oleh kaum muda yang selama ini tidak memiliki ruang gerak untuk bisa bersuara”*

Yunarto kemudian berpendapat bahwa media sosial terutama Twitter, dapat menjadi medium baru untuk masyarakat ketika mereka membutuhkan informasi secepat mungkin atau *real-time*. Adanya ruang dialog terbuka bagi masyarakat DKI Jakarta yang sibuk, membuat keberadaan media sosial menjadi sebuah kebutuhan tersendiri baik dalam pengumpulan informasi hingga menjalin pertemanan.

Menanggapi pertanyaan mengenai seberapa besar peranan media sosial terhadap komunikasi politik Faisal-Biem, ia menjawab bahwa perannya sangat dominan dan signifikan. Menurutnya terdapat 3 faktor yang menjelaskan kedekatan antara Faisal-Biem dengan media sosial sebagai sarana utama, yaitu kecocokan segmentasi yang terdiri dari kelas menengah, mahasiswa, yang kebanyakan adalah pengguna media sosial; kurangnya dana yang menimbulkan kebutuhan akan berkomunikasi murah melalui media sosial; strategi *man-to-man marketing* sebagai calon independen yang tidak terikat dengan basis massa tertentu. Sebagaimana yang dikutip sebagai berikut:

*“Pertama, memang segmen atau captive-market dari Faisal-Biem ini dekat dengan segmen kelas menengah, anak-anak muda terutama para mahasiswa, kelas umur 30 sampai 40 tahun, yang memang kebanyakan kalau kita lihat dari data statistik adalah pengguna dari social media ini. Yang kedua, media sosial ini cenderung murah, bisa dikatakan karena ya tidak seperti layaknya iklan yang harus dibeli setiap penggunaan airtimanya, dan social media ini kan fenomena baru dimana setiap orang bisa mengakses dan bisa dimanfaatkan bahkan untuk tokoh-tokoh yang ingin maju dalam bidang marketing ataupun politik. Saya yakin dengan dana yang terbatas, kita tahu bahwa Faisal-Biem bukan pasangan yang memiliki dana kuat, sehingga mereka memilih untuk menggunakan media ini karena murah dan sesuai dengan captive marketnya tadi seperti alasan yang pertama. Yang ketiga, mereka adalah calon independen yang notabene harus lebih banyak memainkan strategi man-to-man marketing, dalam arti tidak terikat dengan basis massa komunitas tertentu, partai tertentu. Sehingga yang harus mereka lakukan adalah strategi man-to-man marketing dan itu sangat efektif kalau mereka gunakan social media yang memang secara values fungsinya adalah untuk melakukan hubungan antar-individu dan saya pikir pilihannya sudah sangat tepat karena ketiga alasan tadi.”*

Terdapat beberapa kelebihan dan kelemahan dari komunikasi politik yang dilakukan oleh Faisal-Biem di media sosial sebagaimana yang dikatakan oleh Yunarto:

*“Bisa diakui memang mereka cukup efektif menggunakan strategi social media terutama dalam menyebarluaskan informasi dan dukungan-dukungan dari para endorser yang memiliki followers cukup banyak kalau dalam hal Twitter ya, dan ini juga dimainkan dalam Facebook, katakanlah seperti Glenn Fredly, Pandji, dan beberapa nama lain yang berani memberikan testimoni dan itu lumayan memiliki efek di social media. Lalu kelebihan lain adalah mereka fokus dari awal sampai akhir, dilihat dari tingkat frekuensi, cukup bisa bermain pada frekuensi yang bisa dipertahankan dan dengan menggunakan metode yang bisa dikatakan polanya sama, yaitu tadi, strategi endorser, lalu menjual mengenai karakter sosok Faisal Basrinya terutama.”*

Menurut Yunarto, kelebihanannya terletak dari penggunaan strategi menyebarluaskan pesan yang efektif, banyaknya dukungan-dukungan dari endorser yang memiliki massa pengikut tersendiri, serta fokus kepada metode yang digunakan terutama dalam hal menjual citra integritas Faisal Basri. Akan tetapi terdapat kelemahan yaitu dalam interaktivitas.

*“Strateginya bisa dikatakan cukup oke, tetapi ada beberapa kelemahan ketika saya melihat tidak ada proses dialog yang dibangun oleh akun yang dibuat oleh Faisal-Biem untuk bisa berkomunikasi dengan para followersnya, karena terus terang lama-lama saya melihat seperti dialog searah, hanya menyuarakan apa yang menjadi aspirasi, program visi-misi yang ditawarkan Faisal-Biem ini.”*

Menurutnya, terdapat paradigma yang salah yaitu masih terdapat anggapan bahwa media sosial merupakan ruang untuk beriklan yang satu arah. Hal tersebut



mubazir sebab efek besar yang bisa dihasilkan dari media sosial adalah menciptakan agen-agen marketing politik yang baru.

Dari pengamatan Yunarto, isi pesan yang disampaikan oleh Faisal-Biem melalui media sosial sudah cukup edukatif dan informatif, namun kurang persuasif. Menurutnya, Faisal-Biem kurang mempersuasi karena tidak mewujudkan banyak proses dialog. Sebagai sosok yang egaliter dan tidak memiliki batasan sebagai kandidat lain, Yunarto beranggapan bahwa media sosial harusnya bisa dimanfaatkan Faisal-Biem untuk menciptakan hubungan secara emosional dari dialog, namun tetap melakukan pendekatan rasional melalui pesan-pesan yang bersifat edukatif dan informatif.

Presentasi diri yang dilakukan Faisal-Biem sudah cukup sukses pada segmentasi tertentu, Yunarto kemudian menjabarkan pencitraan yang dilakukan oleh pasangan independen serta efek segmentasinya. Citra Faisal-Biem yang terlihat di mata Yunarto adalah karakter berintegritas, ahli Jakarta, dan pintar. Akan tetapi terdapat pembatasan dalam segmentasi, seperti ia terangkan sebagai berikut:

*“Mengenai citra, jelas yang ingin ditekankan pertama adalah karakter yang berintegritas. Yang kedua sepertinya kalau kita baca dari tweet-tweetnya, yang ingin ditekankan adalah orang yang mengerti masalah Jakarta sebagai seorang ahli bukan hanya seperti orang yang mengaku ahli. Faisal sangat berani membicarakan struktur APBD, program yang dikaitkan dengan manajemen anggaran, lalu kemudian juga berbicara sektoral, apa yang harus dilakukan dan dikaitkan dengan program-program. Itu yang ingin ditunjukkan dan harus diakui dia terdepan dalam hal itu, mungkin karena memang ia seorang dosen, pengamat ekonomi, memiliki kemampuan disitu. Nah, permasalahannya adalah ketika dia menggunakan pendekatan seperti tadi, segmennya akan sangat terbatas. Orang yang bisa menerima stimulus yang sifatnya rasional seperti tadi itu hanya orang-orang di segmen tertentu saja: kelas menengah & berpendidikan. Itu tadi bisa ditanggulangi jika ia bermain juga di level emosional dan bisa menggarap semua segmen.”*

Berdasarkan tren survei di media sosial, Yunarto menyatakan bahwa Faisal-Biem hanya berhasil mempertahankan *captive market*, yaitu para anak-anak muda yang berpendidikan, rasional, dan kritis. Sementara untuk anak-anak muda yang lebih pragmatis, ketertarikannya cenderung mengarah kepada Jokowi. Hal ini dikarenakan adanya penggunaan-penggunaan bahasa yang berat. Maka kesuksesan adalah sebatas mempertahankan *captive market* untuk tidak bergerak kemana-mana, bukan memperluas segmentasi.

Meskipun menurut Yunarto donasi *online* atau *saweran* yang dilakukan oleh Faisal-Biem tidak dapat dibilang sukses menggalang dana besar seperti Obama, namun dalam konteks pencitraan, donasi *online* ini membawa pengaruh baik terhadap integritas kandidat yang independen dan bersih.

*“Obama betul-betul berhasil menggalang kekuatan uang secara massif dan independen dari para pemilih muda, dari uang dollar-per-dollar sampai angka yang luar biasa. Sayangnya masyarakat kita belum terbiasa dengan pola seperti ini termasuk belum terbiasa untuk menggunakan sistem donasi online tadi karena masih rendah tingkat penggunaan dan kepercayaan terhadap transaksi online. Jadi, saya belum bisa katakan donasi online ini berhasil, tetapi dalam konteks pencitraan ini bagus. Menunjukkan betul-betul bagaimana proses pencarian dana sifatnya memang transparan, terbuka, dan didasarkan pada integritas yang tidak bisa dibeli oleh siapapun.*

#### **4.3.2 Wawancara dengan Yoes C. Kenawas**

Peneliti menjadikan Yoes C. Kenawas sebagai salah satu narasumber dikarenakan ia adalah seorang warga DKI Jakarta dan pemerhati politik yang seringkali membicarakan mengenai pemilukada di saluran media sosial yang ia gunakan.

Meskipun saat ini Yoes sedang melanjutkan studi sekaligus bekerja menjadi *Research Analyst* di Singapore, namun ia aktif mengikuti perkembangan Faisal-Biem di media sosial. Yoes mengenal sosok Faisal-Biem melalui pemberitaan di media massa elektronik (*news portal*) dan jejaring sosial, khususnya Twitter.

*“Saya mengikuti perkembangan Faisal-Biem melalui Twitter dan Youtube (tidak pernah melalui Facebook). Awalnya saya membaca beberapa tweets dari account saya follow. Alasan saya mengikuti perkembangan Faisal-Biem karena saya percaya bahwa pasangan tersebut adalah salah satu pasangan yang kompeten untuk memimpin Jakarta, khususnya mengingat visi dan track record Faisal Basri.”*

Mengomentari pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi politik, Yoes menganggap bahwa hal tersebut sangat baik bagi proses pendewasaan demokrasi di Indonesia. Akan tetapi, menurutnya terdapat beberapa catatan yang harus dicermati dari diskursus politik di media sosial.

*“Pertama, dalam konteks media sosial sebagai arena pertarungan citra politik, media sosial bisa digambarkan sebagai ajang perang semua melawan semua, sehingga sulit untuk benar-benar memenangkan sebuah pencitraan politik yang efektif. Kedua, banyaknya akun-akun pseudonym yang seakan-akan sangat meyakinkan informasinya dan menjadi sumber rujukan banyak orang di twitter juga bisa mengurangi efektifitas dari pemanfaatan media sosial untuk menunjang strategi komunikasi politik. Sebaliknya, media sosial bisa juga jadi boomerang untuk mendongkrak pencitraan politik. Ketiga, jangkauan media sosial dalam mendukung strategi komunikasi politik juga masih sangat terbatas pada mereka yang melek teknologi, bahkan saya kira, hanya terbatas pada mereka yang memiliki smartphone dan komputer. Untuk efektifitas dan efisiensi masih harus dipertanyakan.”*

Berbicara mengenai pesan politik yang disampaikan Faisal-Biem melalui media sosial, Yoes berpendapat bahwa secara umum, strategi yang digunakan masih kurang masif dan agresif.

*“Secara umum, masih kurang masif dan agresif, hanya mengandalkan beberapa account simpatisan yang memiliki cukup banyak followers. Pesannya juga masih berupa retorika, belum menjelaskan secara detail bagaimana (detailed plan) mereka akan mewujudkan Jakarta yang lebih baik. Diskursus di sosial media masih seputar bagaimana buruknya kepemimpinan Foke, belum menunjukkan mengapa kita harus memilih Faisal-Biem, terutama keunggulan komparatif apa yang dimiliki oleh pasangan Faisal-Biem”*

Secara keseluruhan, presentasi diri yang dilakukan sudah cukup baik, namun porsi masih lebih besar Faisal Basri dibandingkan dengan Biem Benjamin. Yoes beranggapan bahwa citra politik yang dibentuk oleh Faisal-Biem di media sosial, cukup sukses mempengaruhi pandangannya. Akan tetapi, ia menjelaskan bahwa masih terdapat kekurangan pada aspek-aspek lainnya. Kampanye masih terbatas pada isu-isu seperti Faisal Basri adalah seorang yang baik dan pintar, tidak mengeksplorasi lebih jauh sebagaimana kandidat lainnya.

*“Jika sebatas berbicara mengenai pengaruh endorsement dari tokoh muda di media sosial, maka jawabannya adalah ya, cukup mempengaruhi. Namun masih kurang pada aspek lainnya. Yang harus diingat alasan saya mendukung kampanye Faisal-Biem lagi-lagi karena faktor Faisal Basri yg sudah teruji integritasnya, bukan karena program dan visinya. Ini yang saya sayangkan, karena bisa saja pada detik-detik akhir saya merubah pilihan saya ke pasangan lain, seperti Jokowi misalnya.”*

Selain memperhatikan Faisal-Biem di media sosial, Yoes juga mengikuti perkembangan pasangan Foke-Nara, Jokowi-Ahok, dan Hidayat-Didik. Menurutnya, sejauh ini strategi komunikasi politik di media sosial yang paling tidak menarik adalah milik pasangan Foke-Nara. Sementara untuk Jokowi-Ahok dan Hidayat-Didik bagi Yoes terlihat jauh lebih agresif dan khusus untuk Hidayat-Didik, pesan yang mereka sampaikan cukup informatif dan edukatif.

Mengomentari donasi atau *saweran online* yang dilakukan oleh Faisal-Biem, Yoes menganggap bahwa strategi ini bagus dan meniru tim Obama pada kampanye pemilihan Presiden Amerika Serikat. Hanya saja kurang disosialisasikan dan masih kalah populer dengan metode Jokowi dengan baju kotak-kotaknya.

#### 4.4 Diskusi

Faisal-Biem juga memberdayakan Youtube dalam strategi komunikasi politiknya. Di akun Youtube “faisalbiem2012”, terdapat video-video berisi musik, opini, testimoni dan dukungan dari beberapa tokoh ternama yang kemudian disebarakan melalui akun Twitter @FaisalBiemVideo. Strategi ini merupakan hasil pemikiran baru yang efektif dan inovatif, seperti yang dikatakan oleh Zulkarnaen:

*“Berawal dari rapat tim kemudian kami mendapatkan ide dari Mas Angga Sasongko untuk melakukan hal yang berbeda di media sosial, karena kalau sekedar kampanye tertulis di Twitter dan Facebook itu biasa saja. Saat ini strategi baru yang kita lakukan setiap hari adalah kita membuat video testimoni dari tokoh atau artis mengenai Faisal-Biem, kemudian kita masukkan di Youtube dan kita sebar ke seluruh jaringan media sosial, baik Twitter, Facebook, forum seperti Kaskus dan beberapa channel-channel lain yang cukup efektif. Bisa dilihat dari jumlah view masing-masing video itu.”<sup>25</sup>*

---

<sup>25</sup> Kutipan wawancara dengan Azwar Zulkarnaen, anggota tim kampanye Faisal-Biem, pada tanggal 8 Juni 2012.

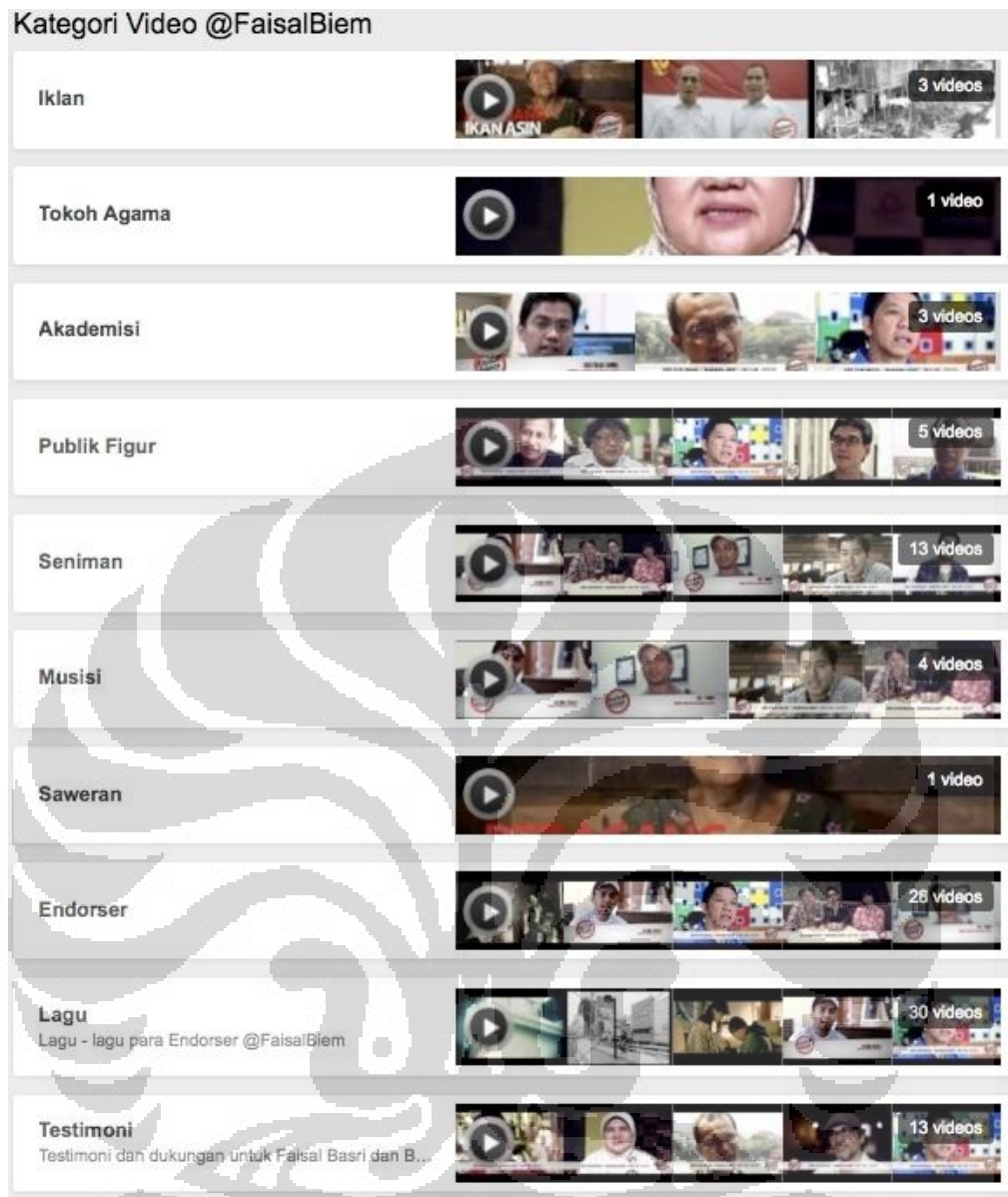


Gambar 4.11 Tampilan Situs Faisal-Biem

Sumber: <http://www.faisal-biem.com>

Tokoh ternama yang memberikan testimoni untuk Faisal-Biem cukup beragam dari berbagai kalangan, mulai dari kalangan akademisi seperti Effendi Ghazali, Yayat Supriatna, dan Sulfikar Amir. Terdapat video testimoni dari seniman seperti Glenn Fredly, Efek Rumah Kaca, Tompi, Pandji, Mpok Nori, Salman Aristo, Ernest Prakarsa, Alex Komang, Kikan dan Tati Cuex. Terdapat juga video testimoni dari pemuka agama seperti Mamah Dedeh. Masing-masing tokoh terdiri dari berbagai kalangan, yang bertujuan untuk mewakili suara dari tiap-tiap golongan warga DKI Jakarta.

Selain video testimoni, Faisal-Biem juga mengunggah video berisi iklan kampanye politiknya serta lagu-lagu dari para *endorser*. Semua link video-video tersebut disebarakan melalui Twitter dan Facebook milik Faisal-Biem sehingga dapat menimbulkan efek viral yang besar.



Gambar 4.12 Kumpulan Video di Saluran Youtube Faisal-Biem

Sumber: <http://youtube.com/faisalbiem2012>

Saluran Youtube juga dapat menjadi media yang interaktif dimana khalayak dapat berkomentar, berdiskusi dan menyebarkannya melalui media sosial lain seperti Twitter dan Facebook. Tim Faisal-Biem memaksimalkan elemen *interactivity* dari media sosial dengan mengajak para pendukungnya untuk ikut memberikan testimoni.



Gambar 4.13 Ajakan untuk Memberikan Video Testimoni Faisal-Biem

Sumber: <http://twitter.com/timfaisalbiem>

Joseph Walther dalam bukunya yang berjudul *Interpersonal Effect in Computer Mediated Interaction: A Relational Perspective*, menyatakan dua konsep penting dalam *computer-mediated communication* yaitu *verbal cues* dan *extended time*. Dalam sub-bab ini, peneliti hendak membahas mengenai konsep *verbal cues*.

Jika berbicara mengenai *verbal cues*, dikatakan bahwa daya tarik verbal dapat menggantikan daya tarik nonverbal. Hal ini dikarenakan dalam CMC tidak tersedia komunikasi nonverbal maka komunikasi verbal memegang peranan penting. Namun peneliti melihat bahwa fenomena kemajuan teknologi serta-merta membuat perubahan juga terhadap tata-cara penyampaian pesan yang ada.

Peneliti berpendapat bahwa apa yang diungkapkan oleh Walther mengenai keterbatasan *computer-mediated communication* yang hanya menyediakan saluran berkomunikasi verbal, kini dapat menemui titik terang. Sebagaimana dilihat pada strategi berkomunikasi politik yang dilakukan oleh Faisal-Biem melalui Youtube. Youtube memfasilitasi penggunaanya untuk mengunggah, menonton, menyebarkan



dan mengomentari video. Pesan-pesan dapat disampaikan secara nonverbal, dengan artian bahwa komunikan dan komunikator dapat melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata tertulis saja.

Pengelompokkan pesan-pesan nonverbal oleh Jalaludin Rakhmat (1994), yang dapat disalurkan dengan adanya Youtube adalah pesan kinesik, proksemik, artifaktual, dan paralinguistik. Pesan kinesik, yaitu pesan menggunakan gerakan tubuh yang berarti. Terdiri dari tiga komponen utama: pesan fasial, pesan gestural, dan pesan postural.

1. Pesan fasial menggunakan air muka untuk menyampaikan makna tertentu seperti yang dijabarkan Leathers (1976) yaitu:
  - Wajah mengkomunikasikan penilaian dengan ekspresi senang dan tidak senang, yang menunjukkan apakah komunikator memandang objek penelitiannya baik atau buruk.
  - Wajah mengkomunikasikan berminat atau tak berminat pada orang lain atau lingkungan.
  - Wajah mengkomunikasikan intensitas keterlibatan dalam situasi.
  - Wajah mengkomunikasikan tingkat pengendalian individu terhadap pernyataan sendiri.
  - Wajah barangkali mengkomunikasikan adanya atau kurang pengertian.
2. Pesan gestural menunjukkan gerakan sebagian anggota badan seperti mata dan tangan untuk mengkomunikasi berbagai makna.
3. Pesan postural berkenaan dengan keseluruhan anggota badan, makna yang dapat disampaikan adalah:
  - *Immediacy*, yaitu ungkapan kesukaan dan ketidaksukaan terhadap individu yang lain.
  - *Power*, yaitu mengungkapkan status yang tinggi pada diri komunikator.
  - *Responsiveness*, yakni individu dapat bereaksi secara emosional pada lingkungan secara positif dan negatif.

Pesan proksemik disampaikan melalui pengaturan jarak dan ruang, umumnya dengan mengatur jarak kita mengungkapkan keakraban kita dengan orang lain. Sementara itu pesan artifaktual diungkapkan melalui penampilan tubuh, pakaian, dan kosmetik. Penyampaian pesan ini erat kaitannya dengan upaya kita membentuk citra tubuh dengan penampilan.

Lalu terdapat juga pesan paralinguistik, adalah pesan nonverbal yang berhubungan dengan dengan cara mengucapkan pesan verbal. Satu pesan verbal yang sama dapat menyampaikan arti yang berbeda bila diucapkan secara berbeda. Pesan ini oleh Dedy Mulyana (2005) disebutnya sebagai parabahasa.

Meskipun secara teoritis komunikasi nonverbal dan komunikasi verbal dapat dipisahkan, tetapi dalam kenyataannya, kedua jenis komunikasi ini saling jalin-menjalin, saling melengkapi dalam komunikasi yang kita lakukan sehari-hari. Maka dengan adanya Youtube, keterbatasan terhadap *computer-mediated communication* dimana tidak tersedianya saluran untuk berkomunikasi nonverbal, kini dapat menemui titik terang.

Dari metode-metode yang disebutkan oleh Arifin (2003), terdapat satu metode komunikasi yang cukup memegang peranan penting dalam membentuk citra, yaitu metode *persuasive*. Ardial mengatakan bahwa metode ini dapat mempengaruhi khalayak dengan cara membujuk. Komponen-komponen dalam persuasi meliputi bentuk dari proses komunikasi yang dapat menimbulkan perubahan, dilakukan secara sadar ataupun tidak sadar, dilakukan secara verbal maupun nonverbal. Maka disinilah media sosial seperti Youtube dapat diberdayakan.

Yunarto Wijaya mengomentari penggunaan Youtube dalam strategi komunikasi politik Faisal-Biem, sebagai berikut:

*“Youtube menjadi salah satu kelebihan. Penggunaan endorser ini sangat kuat terasa di strategi Faisal-Biem dan didukung dengan melempar itu ke Youtube dan kemudian dilink ke Twitter karena memang pengguna Twitter rata-rata adalah orang yang cukup rajin membuka Youtube sebagai sarana hiburan. Menurut saya cukup efektif, ada beberapa nama yang berhasil digaget ini cukup memiliki nama besar, sangat dekat dengan dunia*

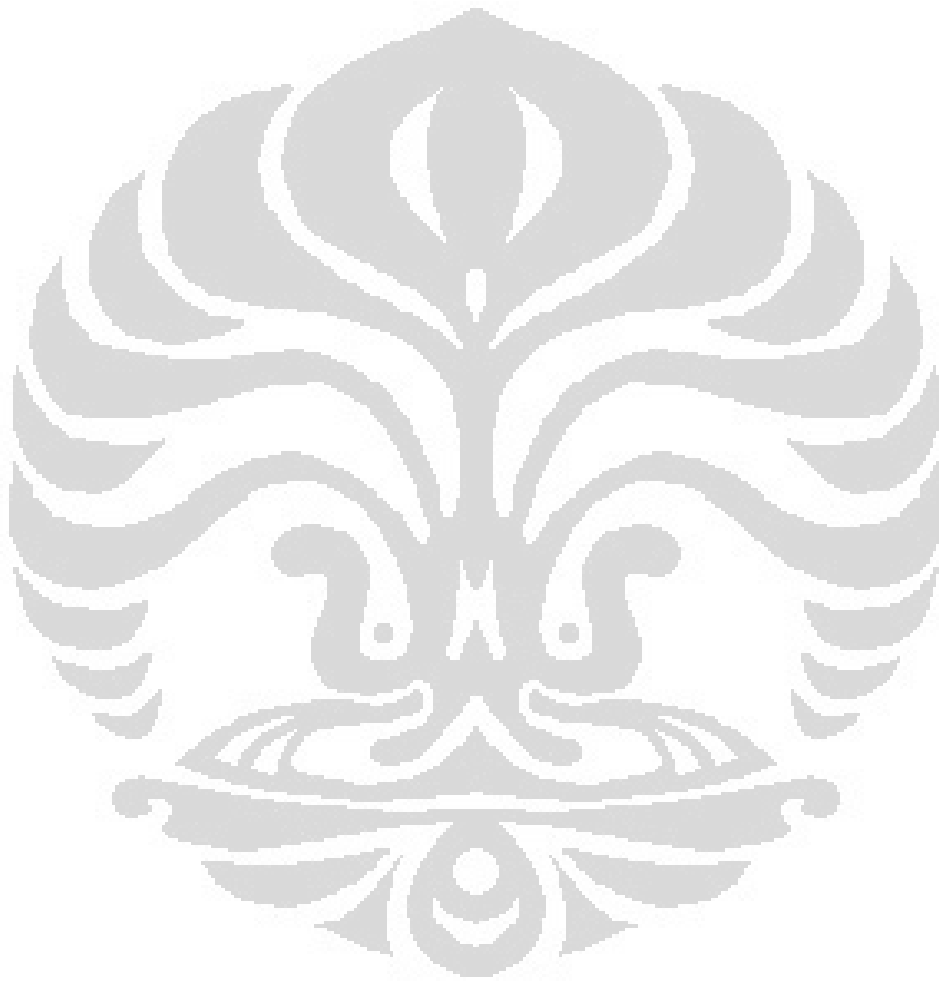
*aktivis social media. Akan tetapi masih sebatas untuk fungsi memelihara captive-market yang ada. Belum pada sebuah upaya untuk menggapai captive-market yang baru. Kalau saya, akan memanfaatkan latar belakang masing-masing endorser tersebut untuk berbicara kepada basis massa yang memang mereka sangat dekat. Kita bicara Glenn Fredly seharusnya berbicara mengenai dunia musik, dunia karya seni, dunia kreatif. Kita berbicara Pandji, kita berbicara mengenai gerakan nasionalisme dan gerakan anak-anak muda yang independen. Kita berbicara tentang Mamah Dedeh, kita berbicara dengan basis massa islam yang suka pengajian, majelis taklim, dan segala macam. Itu yang tidak dilakukan. Jadi sebatas bahasa umum yang sifatnya mendukung Faisal-Biem secara umum saja . Padahal fungsi dari endorser seharusnya adalah dia bisa menarik perhatian dari massa yang percaya terhadap endorser itu. Itu yang tidak terlalu diperhatikan dalam konteks segmenting, targeting, positioning itu. Seharusnya bisa lebih efektif.*

Menurut Yunarto, penggunaan Youtube sudah cukup efektif meskipun masih terdapat kelemahan yaitu dalam materi pesan yang disampaikan. Faisal-Biem kurang bereksplorasi dari segi isi, terlihat bahwa isi video-video tersebut hanya sebatas informasi umum bahwa mereka mendukung Faisal-Biem, tidak memanfaatkan latar belakang *endorser* untuk melakukan pendekatan emosional terutama terhadap massa yang dimiliki masing-masing *endorser* tersebut.

Lain halnya dengan pendapat Yoes Kenawas yang berpendapat bahwa pesan yang disampaikan Faisal-biem melalui Youtube justru baginya bersifat sangat persuasif, meskipun isi pesan tersebut kurang informatif dan edukatif.

*“Untuk testimoni tokoh masyarakat seperti yang dapat dilihat di Youtube, pesan tersebut sangat persuasive, namun kurang informatif dan edukatif. Endorsement dari tokoh masyarakat, khususnya tokoh muda, terlihat sangat meyakinkan dan terlihat semangat untuk membangun Jakarta yang lebih baik. Namun untuk unsur edukatif dan informatif masih sangat minim, karena saya tidak merasa mendapatkan sesuatu yang baru.”*

Meski belum terdapat banyak penelitian khusus dan mendalam mengenai fenomena kampanye politik di ranah media sosial melalui Youtube, akan tetapi berdasarkan hasil wawancara dan observasi, peneliti melihat adanya indikasi bahwa Youtube dapat menjadi senjata yang persuasif, inovatif, dan efektif dalam menjaring pemilih-pemilih muda, kelas menengah yang akrab dengan media sosial jika memiliki struktur pesan dan strategi penyampaian yang baik.



## **BAB 5**

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisa yang telah dibahas pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa hal yang berkaitan dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Selain itu juga terdapat saran yang diharapkan akan berguna.

#### **5.1 Kesimpulan**

Sejak awal, terlihat bahwa Faisal-Biem tidak main-main dalam pengaplikasian media sosial sebagai salah satu saluran komunikasi politiknya. Kecocokan antara strategi Faisal-Biem dengan media sosial terjalin dari kebutuhan untuk berkomunikasi secara masif dan murah. Sebagaimana diketahui, Faisal-Biem adalah kandidat independen yang tidak terikat dengan pemodal maupun partai manapun. Dari segi dana, angka yang dimiliki Faisal-Biem tidak sebesar kandidat-kandidat lainnya. Oleh karena itulah internet menjadi solusi dari keterbatasan modal dalam proses komunikasi politik.

DKI Jakarta dapat dikatakan sebagai pusat dari berkumpulnya pengguna aktif media sosial, maka tidaklah mengherankan jika pilkada Jakarta tepat dijadikan percobaan dan perkembangan janin demokrasi digital. Hasil berbagai riset yang menempatkan Jakarta sebagai pengguna media sosial terbesar di Indonesia dipahami betul oleh Faisal-Biem. Adanya sebuah kesinambungan yang menguntungkan antara strategi komunikasi Faisal-Biem melalui media sosial dengan karakter sebagian besar segmentasinya yaitu masyarakat DKI Jakarta yang berpendidikan, kelas menengah, dan melek teknologi.

Tim kampanye media sosial Faisal-Biem telah menerapkan pesan-pesan teks yang informatif dan edukatif yang erat kaitannya dengan presentasi diri. Akan tetapi, peneliti melihat bahwa pesan-pesan tertulis tersebut kurang persuasif sehingga tidak terlalu menyentuh secara emosional. Bagi masyarakat berpendidikan, kritis dan kelas menengah atas, pesan-pesan tersebut sudah memiliki pendekatan yang rasional yang cukup efektif. Hal ini menjadikan Faisal-Biem hanya dapat memelihara masyarakat yang berada di segmentasinya saja.

Di tengah proses observasi, peneliti mendapati temuan menarik. Pesan-pesan persuasif justru terlihat pada strategi komunikasi politik terbaru yang dilakukan Faisal-Biem, yakni melalui penyebaran video di Youtube. Keberadaan sarana seperti Youtube telah menjadi titik terang dari apa yang diungkapkan oleh Walther, bahwa dalam *computer-mediated communication*, banyak bergantung pada *verbal cues* atau pesan-pesan teks saja untuk menyampaikan informasi.

Teknologi bersifat dinamis dan terus berkembang dalam waktu yang singkat. Hal ini tentu mempengaruhi cara berkomunikasi melalui media berbasis komputer. Kini, melalui video-video yang disebar oleh Faisal-Biem melalui Youtube, pesan nonverbal seperti gerakan, postur tubuh, mimik muka dan cara penyampaian dapat terlihat.

Ketulusan dan keseriusan komunikator akan lebih tersampaikan secara audio dan visual melalui fitur-fitur yang disediakan oleh Youtube. Meski secara teoritis pesan verbal dan nonverbal dapat dipisahkan, namun perjalinan antara keduanya tentu dapat menjadi sebuah alat yang persuasif, inovatif, efektif, interaktif dan berkekuatan viral terutama dalam berkomunikasi politik.

Sementara menyangkut pembentukan citra, elemen-elemen penting dalam konsep *personal branding* yang dikemukakan oleh Montoya & Vandehey yaitu *You*, *Promise* dan *Relationship* sudah saling terintegrasi dan dibangun secara bersamaan dalam strategi pembentukan citra politik yang dilakukan oleh Faisal-Biem sebagai pendatang baru dari jalur non-partai yang memiliki identitas posisi dan diferensiasi kuat. Elemen-elemen tersebut perlu dipelihara sebab dalam pembentukan citra, kredibilitas, kepribadian serta kemampuan berkomunikasi verbal maupun nonverbal sangatlah memegang peranan penting.

Elemen *You* yang kuat diidentifikasi sebagai kandidat yang independen dan bersih, berkesinambungan dengan perwujudannya kredibilitas Faisal-Biem dalam *Promise*, yang terlihat dari upaya mereka mensosialisasikan program donasi *online*. *Saweran* ini memang belum mampu menggalang dana besar, namun dapat dijadikan alat pembentukan citra yang kuat.

Sementara citra bahwa Faisal-Biem yang digambarkan ahli dan mengerti kota Jakarta, masih sebatas retorika, perwujudannya belum terlihat. Upaya perwujudan citra harus diiringi dengan membangun *Relationship* dengan

masyarakat agar segmentasinya terus terpelihara. Elemen hubungan ini terlihat statis, dikarenakan Faisal-Biem kurang meningkatkan lebih banyak proses dialog yang sudah ada.

Dari hasil penelitian dan menjawab tujuan dari penelitian, terdapat kesimpulan bahwa Faisal-Biem cukup sukses menyentuh 5 dari 6 titik koneksi yang menghubungkan citra ke dalam perubahan perilaku menurut Silih (2011) yang dikembangkan dari konsep Paul Mc Lean dan David A. Aaker, yaitu:

a. *Political desire*

Dari hasil penelitian, terlihat bangkitnya hasrat masyarakat untuk berhubungan dengan Faisal-Biem melalui media sosial. Meskipun masih terdapat sedikit jumlah percakapan antara Faisal-Biem dengan masyarakat. Terlihat bahwa Faisal-Biem kurang membuka terjadinya proses-dialog, hanya sebatas menyampaikan pesan dan terkadang merespon kembali umpan-balik yang masuk.

b. *Political awareness*

Dari pandangan peneliti, terlihat adanya kesadaran dari masyarakat terhadap Faisal-Basri serta program-program politiknya. Pesan-pesan yang disampaikan cukup bersifat informatif, edukatif dan mengalami pengulangan. Informasi seputar riwayat, visi-misi, program yang dimiliki Faisal-Biem memperkuat citra yang hendak dibentuk yakni independen, integritas dan terbuka.

c. *Perceived quality*

Peneliti menganggap bahwa Faisal-Biem sudah dipersepsikan memiliki kualitas cukup positif. Dalam *cloud mapping* yang dilakukan oleh survei Politicawave , di media sosial Faisal-Biem dikorelasikan dengan kata “baik”, “independen”, “bantu”, “bersama”, “warga”, “calon”, “buka”, dan “politik”.<sup>26</sup> Sementara dari analisa SX Indeks, terlihat bahwa jumlah sentimen positif jauh lebih besar dibandingkan dengan jumlah sentimen negatif terhadap kandidat independen tersebut.

d. *Political loyalty*

---

<sup>26</sup> <http://www.politicawave.com>

Bertambahnya rasa percaya dan loyalitas masyarakat terlihat dari meningkatnya jumlah pendukung atau relawan yang intens terlibat mendukung Faisal-Biem. Pendukung tersebut tergalang melalui media sosial, dan kemudian berlanjut ke aksi nyata sebagaimana terlihat bahwa melalui media sosial, mereka dapat merekrut hampir 300 relawan yang siap membantu menyukseskan Faisal dan Biem di pemilihan Gubernur DKI Jakarta 2012.

e. *Political endorser*

Peneliti mengindikasikan kemunculan sebuah perilaku dimana seseorang menarik masyarakat lain agar terlibat. *Many-to-many communication* terjadi pada akun Twitter Goenawan Mohamad (@gm\_gm), Poltak Hotradeo (@hotradeo), Wanda Hamidah (@wanda\_hamidah), Poltak Hotradero (@hotradero), Salahuddin Wahid (@gus\_sholah), Cyril Raoul Hakim (@Chicohakim), Pandji (@Pandji), dan Glenn Fredly (@GlennFredly) yang menjadi agen-agen marketing viral bagi Faisal-Biem melalui penyebaran pesan yang bisa dikatakan cukup persuasif. Adapun peranan video Youtube yang peneliti anggap cukup besar, dimana terdapat video-video testimonial dari tokoh-tokoh ternama, yang dapat mengarahkan basis massanya untuk ikut mendukung Faisal-Biem.

Faisal mengatakan bahwa tidak semata-mata mengincar kursi DKI-1 saja, namun juga memiliki keinginan adanya sebuah keseimbangan antara partai politik dan masyarakat sehingga mengurangi arogansi partai yang dapat menimbulkan politik transaksional. Perlu disadari bahwa tujuan kampanye dan keikutsertaan Faisal-Biem dalam Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta 2012, bukan hanya sekedar untuk meraih kursi kemenangan.

Jikalau pada akhirnya tidak berhasil menduduki kursi DKI 1, tetap ada tujuan yang tercapai, yakni sebuah pendidikan politik tersendiri dimana warga yang terlibat memiliki kemampuan berargumentasi secara logis dan memiliki etika demokrasi. Atas tujuan tersebut, maka tak heran jika kampanye yang dilakukan tidaklah bersifat primordial, tidak berfokus kepada aspek emosional, tidak mengandalkan simbol dan citra, melainkan kepada kekuatan argumentasi.



Tidak hanya independensinya, dominasi dan inovasi media sosial pada strategi yang dilakukan oleh Faisal-Biem juga telah menambahkan warna baru pada panggung politik di dunia maya. Meski peran media konvensional belum tergantikan, namun keberadaan media sosial dapat menjadi senjata pelengkap dalam berkomunikasi dan membentuk citra politik.

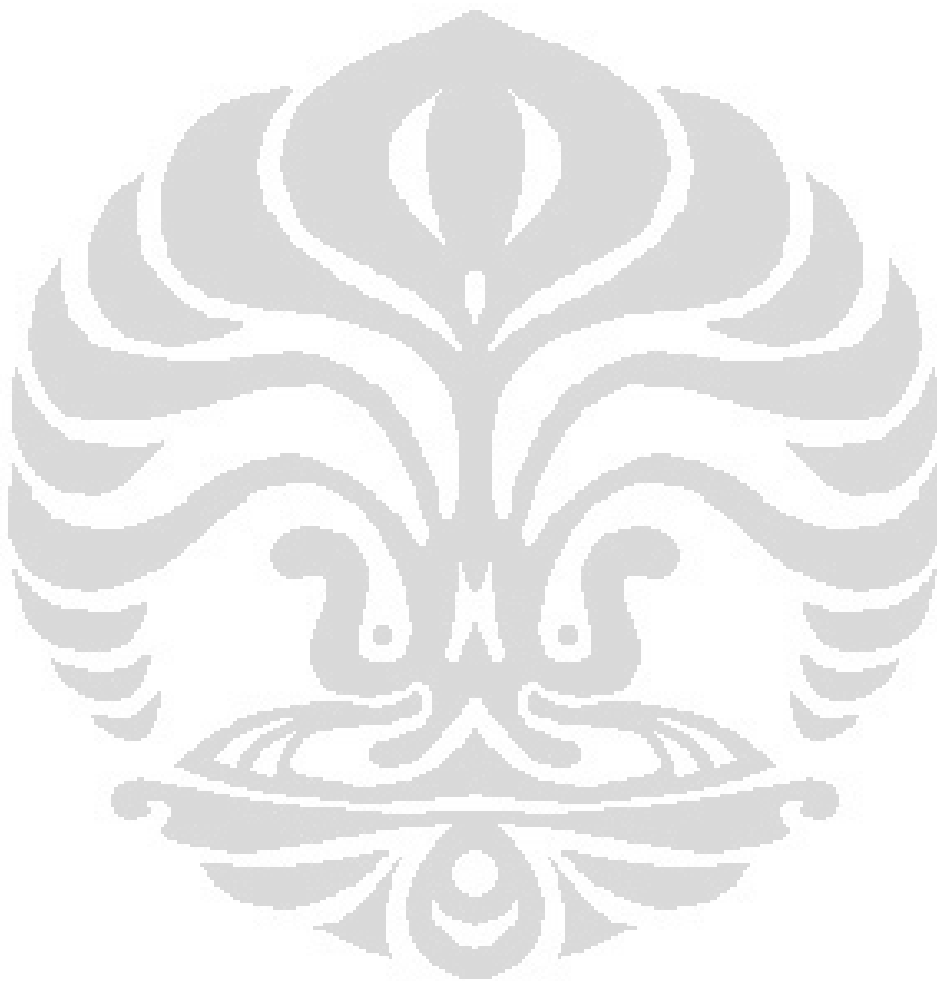
## 5.2 Saran dan Rekomendasi

Dari hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang diberikan oleh peneliti terhadap strategi komunikasi politik yang dilakukan Faisal-Biem melalui media sosial. Faisal-Biem dan tim selaku komunikator disarankan untuk lebih meningkatkan aspek persuasif dengan:

1. Memanfaatkan lebih maksimal fitur interaktif yang disediakan oleh internet, khususnya media sosial, dengan meningkatkan dialog sehingga komunikasi yang terjadi bersifat dua-arah. Meski peneliti menemukan beberapa percakapan yang terjadi antara Faisal-Biem dengan khalayaknya, namun jumlahnya masih terbilang sedikit.
2. Mengeksplorasi potensi para *social influencer* untuk meningkatkan jumlah diskusi mengenai kandidat independen ini di media sosial. Salah satu cara yaitu dengan memanfaatkan para penulis *online* atau *blogger* untuk menulis mengenai Faisal-Biem di situs pribadi, tidak hanya sebatas 140 karakter atau pesan-pesan singkat di Twitter dan Facebook saja. Sebagaimana dikatakan oleh Nimmo, bahwa terdapat dua kategori aktivis sebagai komunikator politik, yaitu juru bicara dari kelompok kepentingan dan *opinion leader*. *Blogger* dari kategori-kategori tersebut kini dapat dimanfaatkan sebagai aktivis dalam komunikasi politik yang mampu mengarahkan opini khalayak melalui tulisan-tulisannya.

Penelitian ini hanya memfokuskan pada strategi komunikasi politik dan pembentukan citra politik kandidat, tetapi tidak mengukur tingkat keberhasilan hingga kemenangan politik. Oleh karena itu diperlukan penelitian lanjut yang menganalisa hasil, tepatnya pada pasca pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur 2012.

Sebagai rekomendasi akademis, penelitian mendatang sejenis dapat diperkuat dengan analisis lebih mendalam dari pihak pemilih, terutama pembentukan perilaku memilih karena adanya proses pembentukan citra dan komunikasi politik di media sosial. Hal ini ditujukan agar dapat mengukur tingkat keberhasilan strategi. Penelitian lain bisa dilakukan dengan menggunakan metode yang berbeda, misalnya metode korelasional kuantitatif untuk meneliti hubungan yang terjalin di media sosial antara politisi dengan khalayaknya.



## DAFTAR REFERENSI

- Aaker, David. (2004). *Marketing Research 8th Edition*. John Wiley & Sons, USA
- Alfian (1993). *Komunikasi Politik dan Sistem Politik Indonesia*. Jakarta: Gramedia
- Ardial (2009). *Komunikasi Politik*. Jakarta: Indeks
- Cangara, Hafied (2009). *Komunikasi politik: Konsep, teori, dan strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Firmanzah (2007). *Marketing politik: Antara pemahaman dan realita*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Flew, Terry (2005). *New Media: An Introduction. 2nd Edition*. Oxford University Press: New York.
- Fowler, J.H. dan Christakis, N.A (2008). *Estimating Peer Effects on Health in Social Networks*. *Journal of Health Economics* 27(5): 1386-1391
- Holmes, David (2005). *Communication Theory: Media, Technology and Society*. London: Sage.
- Juju, Dominikus & Feri Sulianta (2010). *Branding Promotion with Social Networks*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Junaedi, Fajar (2011). *Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Impliasi*. Aspikom dan Penerbit Buku Litera.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2009). *Marketing Management 13e*. Pearson Prentice Hall, New Jersey
- Levy, Pierre (1997). *Cyberculture*, Paris: Editions Odile Jacob
- Mc. Quail (1987). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga ---. (2000). *Mass Communication Theory* (4th ed.). London: Sage Publication
- Moleong, Lexy J. (2003). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Montoya, Peter., & Vandehey, Tim.(2008). *The Brand Called You: Make Your Business Stand Out in a Crowded marketplace* (paperback). United States of America: McGraw-Hill.
- Montoya, Peter. *Personal Branding Information*. © 2003-2006 Peter Montoya,

Inc., All Rights Reserved.

- Neuman, W. Lawrence (2003). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches (fifth Ed)*. Boston, Allyn and Bacon., Dan
- Nimmo, Dan (1978). *Political communication and public opinion in America*. Santa Monica, California: Goodyear Publishing Company.
- Nimmo, Dan (1989). *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan dan Media* (Edisi Terjemahan oleh Tjun Surjaman). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Poster, Mark (1995). *The Second Media Age*, Cambrige: Polity.
- Rauf, Maswadi (1993). *Indonesia dan Komunikasi Politik*, Jakarta: Gramedia.
- Rossmann, Gretchen B. dan Rallis, Sharon F (2003). *Learning in the field: An introduction to Qualitative Research (2<sup>nd</sup> ed)*. Sage Publication.
- Safko, Lon (2010). *The Social Media Bible: Tactics, Tools & Strategies for Business Success*. Jon Wiley & Sones, Inc.
- Sugiyono (2008). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- Sumarno & Suhandi (1993). *Pengantar Studi Komunikasi Politik*, Bandung: Orba Shakti.
- Tedesco, John C. (2004). *Changing the channel: Use of the internet for communicating about politics; In Lynda Lee Kaid (Ed). Handbook of Political Communication research*. London: Lawrence Erlbaum Associates, Publisher.
- Walther, Joseph B. (1996). *Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction*. Communication Research.
- Walther, Joseph (2006). Social Information Processing Theory. In EM. Griffin (Ed). *A first look at communication theory* (6th ed). McGraw Hill.
- Wasesa, Silih A. (2011). *Political Branding & Public Relations*. Gramedia Pustaka Utama.
- Yin, Robert K. (2006) *Studi Kasus: Desain dan Metode*, PT.RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Zarella, Dan (2011). *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta

Zulkarnaen Nasution (1990), *Komunikasi Politik Suatu Pengantar*, Jakarta: Yudhistira.

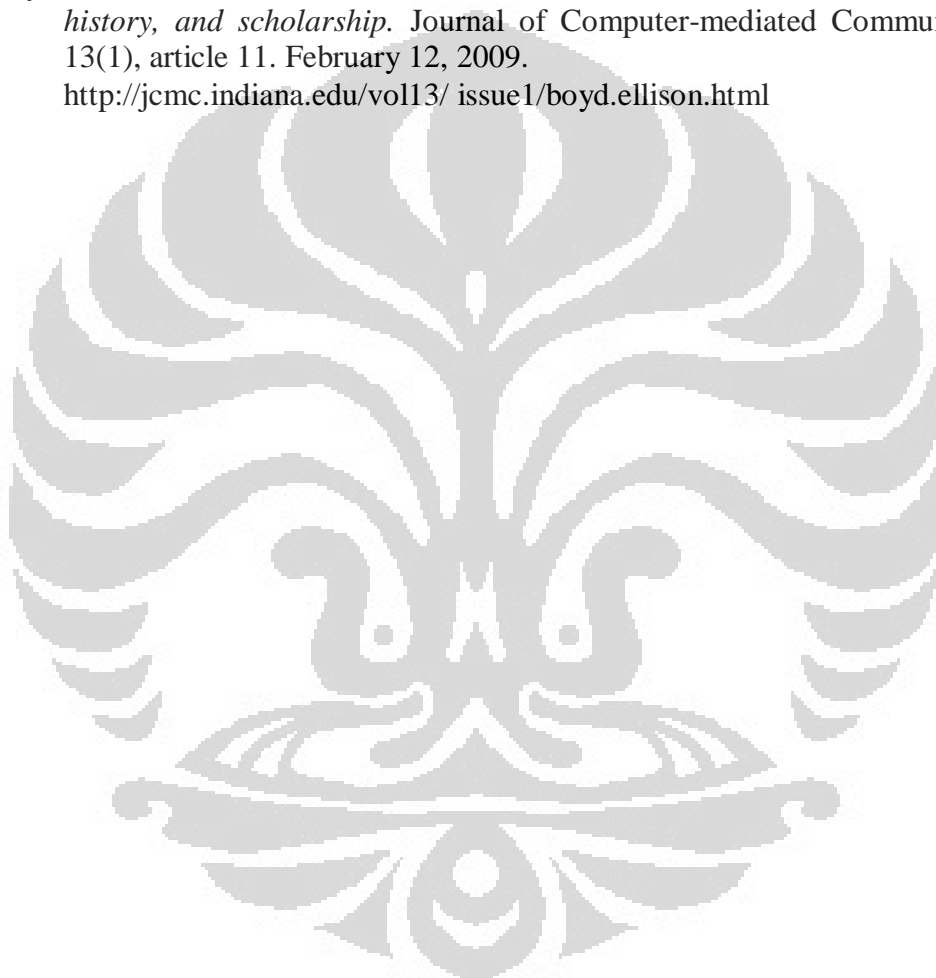
### **Jurnal Elektronik**

Mike Westling (2007). *Expanding the Public Sphere: The Impact of Facebook on Political Communication*

[http://www.thenewvernacular.com/projects/Facebook\\_and\\_political\\_communication.pdf](http://www.thenewvernacular.com/projects/Facebook_and_political_communication.pdf)

Boyd, Danah M. dan Ellison, Nicole B (2007). *Social network sites: Definition, history, and scholarship*. *Journal of Computer-mediated Communication*, 13(1), article 11. February 12, 2009.

<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>



## 1. Transkrip Wawancara dengan Azwar Zulkarnaen

- Maya : Bisa jelaskan posisi anda di tim kampanye Faisal-Biem sebagai apa?
- Ijul : Saya sebagai salah satu anggota tim Fund Rising sebetulnya sekarang. Tapi ya juga supervisi untuk tim media sosial.
- Maya : Mas bisa ceritakan sedikit mengenai tim media sosialnya?
- Ijul : Teamnya secara khusus, ini kan terbagi banyak ya. Jadi yang pertama ada tim pembuat videonya, terus tim pembuat website, tim yang mengupload di Twitter, Facebook dan Youtube. Kemarin ada 10, tapi sekarang kalo itu di totalin mungkin 15 orang ya.
- Maya : Sejauhmana sih peranan media sosial dalam kampanye Faisal-Biem?
- Ijul : Faisal-Biem memang menjadikan media sosial itu sebagai sesuatu yang serius. Di media sosial sebenarnya kita juga mengikuti teknologi, kita juga gak gaktek lah gitu ya. Pasti kan Mba' Maya tau tuh berapa pengguna Twitter, berapa pengguna Facebook, berapa pengguna internet khususnya di Jakarta. Jadi dengan melihat itu pasti media sosial sangat penting apalagi sekarang pengguna internet sudah sangat banyak dan relatif murah ya ongkosnya gitu.
- Maya : Bisa mas jelaskan, seperti apa sih isi pesan yang disampaikan melalui media sosial?
- Ijul : Kalo Mba' Maya follow Twitter dan Facebooknya, kebanyakan isinya adalah pesan-pesan informatif ya, seputar kegiatan, tanya-jawab, visi-misi Faisal-Biem. Ya, supaya warga tau dan mengenal lebih baik pasangan independen ini dan juga mengedukasi warga. Jadi ini kan adalah sebuah pendidikan politik kepada masyarakat supaya lebih cerdas dalam memilih.
- Maya : Trus kalau untuk saluran-salurannya apakah ada pengkhususan tersendiri, seperti misalnya Twitter untuk apa, Facebook untuk apa, dan lain-lain?
- Ijul : Tidak sih sebenarnya, semua *channel* kita masukkan aja semuanya. Twitter juga, Facebook juga, Youtube juga, yang terbaru kita coba ya

(Lanjutan)

Kaskus. Kaskus ini media yang cukup besar. Ada 4,3 juta *member*, jadi yang terbesar di Indonesia ya Kaskus ini.

Maya : Citra seperti apa sih yang ingin dibentuk oleh tim Faisal-Biem melalui media sosial?

Ijul : Kita anggap bahwa pengguna sosial media adalah kelas menengah keatas tapi juga sekarang sih yang menengah bawah juga pake Facebook ya. Pesan yang ingin disampaikan adalah Faisal-Biem itu orang yang bersih, yang pintar, lurus, mengerti, dan yang pasti independen.

Maya : Upaya apa saja yang dilakukan untuk membentuk citra independen dan bersih tersebut?

Ijul : Yang pertama itu donasi *online*. Kandidat pertama kali yang menggunakan sistem donasi *online* yang bisa memakai credit card di Indonesia tuh Faisal-Biem. Bisa dicek dimanapun, belum pernah ada donasi *online* dengan credit card. Kalau transaksi *payment* beli barang itu udah banyak tapi donasi politik ini baru pertama kali dan ya memang kita publikasinya masih di *channel-channel* yang murah lah ya seperti media sosial. Kita taruh di website kita sendiri, di Twitter, Facebook, kemudian di sms. Kemaren kita bikin *launching*-nya. Baru sebatas itu. Nah kita sih mau coba keluar uang sedikit, pasang di salah satu media *online* besar di Jakarta dan diharapkan ada feedback lah dari situ. Karena disini yang diharapin bukan cuma jumlah besarnya dana yang masuk dari satu penyumbang tapi dari jumlah penyumbang yang banyak. Karena disini yang diharapin bukan cuma jumlah besarnya dana yang masuk dari satu penyumbang tapi dari jumlah penyumbang yang banyak sebagai bentuk bahwa warga sudah percaya dengan citra Faisal-Biem yang independen dan bersih

(Lanjutan)

Maya : Apakah donasi *online* ini efektif?

Ijul : Memang kalau di tanya efektif sih belum terlalu karena orang masih ragu aman atau tidak. Padahal ini sangat aman karena kita pake satu situs namanya domikado atau doku.com itu dia sudah teregister sebagai institusi yang sah di Bank Indonesia untuk mengkolek dana lewat credit card. Tapi kalau ditanya apa tercapai tujuan kami untuk membangun citra Faisal-Biem yang independen dan bersih, ya donasi *online* ini efektif membantu pencitraan tersebut.

Maya : Ide awalnya darimana tuh mas?

Ijul : Ide awalnya, ya kita cari aja *channel*-nya kalo orang keluar uang dari mana aja sih. Kita kepikiran kan internet banking juga dah banyak, transaksi *online* juga udah banyak, kenapa donasi ga lewat *online* saja ya.

Maya : Jadi donasi *online* ini untuk membentuk citra Faisal-Biem yang independen dan bersih ya, yang hanya berhutang pada warga. Selain itu, upaya apalagi yang dilakukan untuk membentuk citra?

Ijul : Upaya yang kedua adalah video testimonial di Youtube. Berawal dari rapat tim kemudian dapat ide dari Mas Angga Sasongko untuk melakukan hal yang berbeda di media sosial. Karena kalo sekedar kampanye tertulis di Twitter, Facebook itu biasa saja. Setiap hari sekarang kita memasukan juga link video yang diupload. Sekarang yang lagi kita lakukan setiap hari adalah kita membuat video dari tokoh atau artis mengenai Faisal Basri. Kita masukkan di Youtube kemudian ini kita sebar ke seluruh jaringan media, baik Twitter, Facebook, forum seperti Kaskus dan beberapa *channel-channel* lain yang cukup efektif dan bisa dilihat dari jumlah *view* masing-masing video itu.



(Lanjutan)

Maya : Menarik yah, Mas. Apakah ini terinspirasi dari strategi yang dilakukan oleh Obama?

Ijul : Ya.. inspirasi dari banyak hal. Ya, Obama juga salah satu yang menginspirasi kegiatan donasi saweran *online* khususnya. Kalau Youtube saya gak tau persis, kayaknya Obama menggunakan juga. Kita memang belajar dari yang menang lah.

Maya : Menurut mas, gimana strategi komunikasi politik kandidat lain yang juga menggunakan media sosial?

Ijul : Saya kira, yang lain sih saya ngga tau yang spesifik ya. Yang jelas saweran *online* dan Youtube itu kan *signature* kita. Ada kemaren kandidat lain yang coba ngikutin bikin video Youtube, tapi memang mereka gak bisa dapet testimoni semudah kita. Karena bagi calon independent itu mungkin orang merasa lebih tulus untuk mendukung. Jadi kalo kandidat-kandidat yang lain, saya liat sih sebetulnya mereka memanfaatkan *buzzer-buzzer* di dalam *crowd*-nya sosial media. Contohnya misalnya menggerakkan para komentator-komentator di berita *online* kaya kompas.com, detik.com, yang saya liat itu kok komennya yang tidak spontan gitu. Itu yang saya liat mereka, kandidat lain, masif di situ tuh'.

## 2. Transkrip Wawancara dengan Yunarto Wijaya

Maya : Mas Yunarto bisa jelaskan hubungan anda dengan Faisal-Biem?

Yunarto : Hubungannya memang saya cukup kenal dekat dengan keduanya, baik dengan Faisal Basri ataupun Biem Benyamin. Karena memang, ya Faisal Basri bisa dikatakan senior saya, pernah menjadi pengamat politik juga, pengamat ekonomi. Awal-awal proses pencarian KTP, penentuan apakah dia akan maju atau tidak, dan juga memilih Biem Benyamin, ada beberapa kali teman-teman dan bang Faisal sendiri sempat saya berdiskusi. Jadi, lumayan saya mengikuti proses perkembangan kandidat Faisal-Biem ini. Kalau Biem Benyamin, terus terang saya baru kenal ketika sudah pencalonan. Sempat beberapa kali ketemu untuk minta masukan saya sebagai, katakanlah, sahabat dari beberapa teman-teman tim Faisal-Biem untuk memberikan masukan mengenai strategi komunikasi politik, termasuk mengenai survei-survei. gitu aja sih..

Maya : Menurut anda sejauhmana dan bagaimana peranan media sosial dalam komunikasi politik yang dilakukan oleh Faisal-Biem?

Yunarto : Kalau pertanyaannya langsung seberapa besar peranan media sosial terhadap kampanye politik Faisal-Biem, saya mengatakan dominan. Perannya sangat signifikan, karena mungkin memang ada beberapa faktor yang bisa menjelaskan kenapa Faisal-Biem sangat dekat dengan media sosial dan menggunakan media sosial ini sebagai sarana yang paling utama. Pertama, memang segmen atau *captive-market* dari Faisal-Biem ini dekat dengan segmen kelas menengah, anak-anak muda terutama para mahasiswa, kelas umur 30 sampai 40 tahun, yang memang kebanyakan kalau kita lihat dari data statistik adalah pengguna dari *social media* ini. Yang kedua, sosial media ini cenderung murah, bisa dikatakan karena ya tidak seperti layaknya iklan yang harus dibeli setiap penggunaan *airtime*-nya, dan *social media* ini kan fenomena baru dimana

(Lanjutan)

setiap orang bisa mengakses dan bisa dimanfaatkan bahkan untuk tokoh-tokoh yang ingin maju dalam bidang marketing ataupun politik. Saya yakin dengan dana yang terbatas, kita tahu bahwa Faisal-Biem bukan pasangan yang memiliki dana kuat, sehingga mereka memilih untuk menggunakan media ini karena murah dan sesuai dengan *captive market*-nya tadi seperti alasan yang pertama. Yang ketiga, mereka adalah calon independen yang notabene harus lebih banyak memainkan strategi *man-to-man marking*, dalam arti tidak terikat dengan basis massa komunitas tertentu, partai tertentu. Sehingga yang harus mereka lakukan adalah strategi *man-to-man marking* dan itu sangat efektif kalau mereka gunakan *social media* yang memang secara *values* fungsinya adalah untuk melakukan hubungan antar-individu dan saya pikir pilihannya sudah sangat tepat karena ketiga alasan tadi.

Maya : Menurut anda apakah komunikasi politik yang dilakukan oleh Faisal-Biem melalui media sosial itu sudah optimal atau belum?

Yunarto : Saya melihat ada beberapa kelebihan dan beberapa kelemahan juga ya. Yang pertama soal kelebihan, bisa diakui memang mereka cukup efektif menggunakan strategi *social media* terutama dalam menyebarluaskan informasi dan dukungan-dukungan dari para *endorser* yang memiliki *followers* cukup banyak kalau dalam hal Twitter ya, dan ini juga dimainkan dalam Facebook, katakanlah seperti Glenn Fredly, Pandji, dan beberapa nama lain yang berani memberikan testimoni dan itu lumayan memiliki efek di *social media*. Lalu kelebihan lain juga memang fokus, saya pikir ya. Fokus ketika mereka dari awal sampai akhir, dilihat dari tingkat frekuensi, cukup bisa bermain pada frekuensi yang bisa dipertahankan dan dengan menggunakan metode yang bisa dikatakan polanya sama, yaitu tadi, strategi *endorser*, lalu menjual mengenai karakter sosok Faisal Basrinya terutama. Itu bisa dikatakan cukup oke,

(Lanjutan)

tetapi ada beberapa kelemahan ketika saya melihat tidak ada proses dialog yang dibangun oleh akun yang dibuat oleh Faisal-Biem untuk bisa berkomunikasi dengan para followersnya, karena terus terang lama-lama saya melihat seperti dialog searah, hanya menyuarakan apa yang menjadi aspirasi, apa yang program visi-misi yang ditawarkan Faisal-Biem ini. Padahal fungsi dari social media menurut saya adalah ketika kita bisa berdialog, ketika kita bisa betul-betul berinteraksi dengan entah tim yang bersangkutan ataupun kandidatnya secara langsung. Ini yang sayangnya tidak dilakukan, jadi seakan-akan Twitter terutama dalam hal ini, digunakan sebatas sarana iklan, sarana PR yang sifatnya searah, dan itu sebenarnya tidak efektif dan ada pemborosan dalam proses menyampaikan isu. Padahal ketika itu bisa dijadikan sebuah dialog, terjadi dialog antara orang yang entah suka, tidak suka, atau membantah, atau pro, disitu akan terjadi frekuensi yang meningkat secara otomatis dan disitulah terjadi apa yang disebut efek spin doctor itu bisa berlangsung. Saya tidak melihat itu. Itu yang menyebabkan juga mengapa belakangan akun Faisal-Biem ini tidak sebegitu menarik perhatian dari kalangan media sosial terutama setelah beberapa bulan terakhir. Itu yang saya sayangkan.

Maya : Menurut anda, isi pesan yang disampaikan sudah edukatif, informatif dan persuasif belum?

Yunarto : Edukatif, iya. Informatif, iya. Persuasif, belum. Edukatif dalam arti kita tahu bahwa Faisal-Biem, terutama Faisal Basri ini memang memiliki sebuah ide besar, dia seorang pengamat ekonomi, dia seorang dosen, dia seseorang yang mengamati kota Jakarta sudah sangat lama, kemudian bisa dikatakan substansi isi tweetnya berisi, memiliki nilai-nilai yang edukatif. Yang kedua juga informatif karena isu-isu aktual seringkali dikaitkan dengan *statement* Faisal Basri diontarkan juga di Twitter.

(Lanjutan)

Misalnya statement reaksi Faisal terhadap statement Foke, reaksi Faisal terhadap mengenai katakanlah ada banjir yang terjadi, Dari sisi informatif cukup aktual. Tetapi ketika dikatakan persuasif, belum. Persuasi sebenarnya bisa dilakukan ketika terjadi proses dialog. Perlu diingat bahwa Faisal ini merupakan sosok yang dikenal egaliter, tidak memiliki batasan seperti elit atau kandidat lain yang harusnya ini bisa dimanfaatkan melalui instrumen media sosial untuk bisa menunjukkan karakter egaliter itu melalui dialog. Maka tercapai strategi menyampaikan informasi, tetapi juga tercapai hubungan secara emosional dengan para pengguna media sosial yang bisa berdialog walaupun tentu saja dibatasi agar tidak menghabiskan waktu. Saya pikir itu seharusnya akan lebih memiliki efek *spin* yang kuat, Jadi secara rasional, pendekatan dilakukan melalui pesan informatif dan edukatif, tetapi secara emosional melalui pesan yang bersifat persuasif salahsatunya harus dilakukan melalui dialog tadi.

Maya : Citra seperti apa yang ingin dibangun Faisal-Biem melalui media sosial?

Yunarto : Jelas yang ingin ditekankan adalah karakter yang berintegritas. Yang kedua sepertinya kalau kita baca dari twit-twitnya, yang ingin ditekankan adalah orang yang mengerti masalah Jakarta sebagai seorang ahli bukan hanya seperti orang yang mengaku ahli. Faisal sangat berani membicarakan struktur APBD, program yang dikaitkan dengan manajemen anggaran, lalu kemudian juga berbicara sektoral, apa yang harus dilakukan dan dikaitkan dengan program-program. Itu yang ingin ditunjukkan dan harus diakui dia terdepan dalam hal itu, mungkin karena memang ia seorang dosen, pengamat ekonomi, memiliki kemampuan disitu. Jauh misalnya dibandingkan dengan Jokowi yang segmennya sama, yang lebih menjual hubungan emosional saja seperti perilaku

(Lanjutan)

merakyat, orang yang cuek, orang yang tidak elitis, tetapi sebenarnya Jokowi jarang sekali membicarakan program yang substansial. Nah, permasalahannya adalah ketika dia, Faisal-Biem, menggunakan pendekatan seperti tadi, segmennya akan sangat terbatas. Orang yang bisa menerima stimulus yang sifatnya rasional seperti tadi itu hanya orang-orang di segmen tertentu saja: kelas menengah & berpendidikan. Itu tadi bisa ditanggulangi jika ia bermain juga di *level* emosional dan bisa menggarap semua segmen, tidak terlalu berbicara dengan bahasa yang tinggi, tidak terlalu berbicara di bahasa yang *segmented*, tetapi memang betul-betul bisa menggarap massa dalam jumlah besar.

Maya : Menurut anda, pembentukan citra Faisal-Biem melalui media sosial tersebut sukses tidak?

Yunarto : Sukses pada segmen tertentu, Kalau kita baca dari tren survei media sosial, Faisal-Biem ini hanya berhasil mempertahankan *captive market*-nya yaitu para anak-anak muda yang berpendidikan, rasional, dan kritis. Sementara di segmen anak-anak muda yang lebih cenderung bebas, lebih cenderung tidak berpikir berat dan lebih pragmatis, mereka lebih mengarah pada Jokowi. Karena menurut saya pendekatan yang terlalu tinggi termasuk di *social media* ya, kita harus sadar *social media* walaupun *segmented* tetapi tetap bisa diakses oleh siapapun sehingga jangan kemudian itu dibuat menjadi eksklusif. Saya melihat Faisal-Biem ada kecenderungan membuat *social media* ini lebih eksklusif karena penggunaan bahasa-bahasa tinggi yang digunakan. Ini yang agak saya sayangkan. Kalau dikatakan sukses, iya sukses untuk mempertahankan *captive market*-nya untuk tidak bergerak kemana-mana. Orang-orang yang kritis, para mantan aktivis, para aktivis, gerakan mahasiswa, banyak sekali berada dalam segmentasi Faisal-Biem. tetapi tidak berhasil menggarap segmen baru yang kebanyakan agak sulit menerima bahasa

(Lanjutan)

komunikasi Faisal-Biem yang dirasakan terlalu tinggi.

Maya : Bagaimana dengan sistem donasi *online* yang dilakukan Faisal-Biem?

Yunarto : Ini yang membedakan karakter aktivis *social media* di negara maju dan negara seperti Indonesia yang bisa dikatakan sifatnya latah. Jadi memang secara kuantitatif Indonesia menempati Facebook peringkat 3, Twitter peringkat sekian, tetapi secara kualitatif terus terang belum bisa kita samakan dengan apa yang terjadi di Inggris, di Amerika Serikat, atau di Jepang misalnya. Karena kebanyakan di Indonesia ini pengguna *social media* sifatnya bising. Apa yang mereka suarakan di dalam *social media*, belum tentu linier dengan apa yang mereka berani suarakan di dunia nyata. Contoh: bagaimana agak sulitnya aktivis-aktivis media sosial ini berkumpul dalam komunitas-komunitas yang bisa kopi darat secara rutin. Saya tidak melihat kopi darat ini sebising dengan apa yang terjadi di perbincangan di Twitter sendiri misalkan. Dan itu pula yang terjadi dengan apa menjadi pilihan Faisal-Biem melakukan donasi *online*. Angkanya menurut saya sangat menyedihkan, karena yang dibutuhkan kita tahu Pilkada di Indonesia sangat besar luar biasa dan kalau kita bandingkan dengan apa yang berhasil dikumpulkan oleh Obama jauh sekali. Obama betul-betul berhasil menggalang kekuatan uang secara masif, secara independen dari para pemilih muda, dari uang *dollar-per-dollar* sampai angka yang luar biasa. Sayangnya masyarakat kita belum terbiasa dengan pola seperti ini termasuk belum terbiasa untuk menggunakan sistem donasi *online* tadi ya, karena masih rendah tingkat penggunaan transaksi di *online* itu ya masih takut masyarakat kita. Belum tentu linier dari apa yang mereka suarakan di *online* dengan apa yang mereka suarakan secara langsung. Mengeluarkan uang itu sudah bicara *level* dunia nyata, berkumpul untuk mengeluarkan uang, berkumpul untuk memberikan dukungan secara langsung itu sudah

(Lanjutan)

masuk ke level dunia nyata yang seringkali *gap*-nya terlalu besar dengan apa yang mereka suarakan di *online*. Jadi, saya belum bisa katakan donasi *online* ini berhasil, tetapi dalam konteks pencitraan ini bagus. Menunjukkan betul-betul bagaimana proses pencarian dana sifatnya memang transparan, terbuka, dan didasarkan pada integritas yang tidak bisa dibeli oleh siapapun.

Maya : Dalam *computer-mediated communication* dikatakan bahwa tidak tersedia sarana untuk berkomunikasi nonverbal. Tapi kemarin Faisal-Biem melakukan terobosan baru yaitu berkampanye lewat Youtube, apa tanggapan anda?

Yunarto : Ini yang jadi satu kelebihan juga. Penggunaan *endorser* ini sangat kuat terasa di strategi Faisal-Biem dan didukung dengan melempar itu ke Youtube dan kemudian di-*link* ke Twitter. Karena memang pengguna Twitter rata-rata adalah orang yang cukup rajin membuka Youtube sebagai sarana hiburan. Menurut saya cukup efektif, ada beberapa nama yang berhasil digaget ini cukup memiliki nama besar, sangat dekat dengan dunia aktivis *social media*, tetapi balik lagi betul-betul sepertinya *segmented* sekali. Masih sebatas untuk fungsi memelihara *captive market* yang ada. Belum pada sebuah upaya untuk menggapai *captive market* yang baru. Seharusnya kan bisa dimanfaatkan juga secara lebih cerdas ya dalam arti begini: apa yang dimanfaatkan oleh Faisal-Biem ini ketika meminta sebuah *statement endorsement*, sifatnya umum. Kalau saya, akan memanfaatkan latar belakang masing-masing *endorser* tersebut untuk berbicara kepada basis massa yang memang mereka sangat dekat. Kita bicara Glenn Fredly seharusnya berbicara mengenai dunia musik, dunia karya seni, dunia kreatif. Kita berbicara Pandji, kita berbicara mengenai gerakan nasionalisme, gerakan anak-anak muda yang independen dan segala macam. Kita berbicara tentang Mamah Dedeh, kita berbicara



(Lanjutan)

dengan basis massa islam yang suka pengajian, majelis taklim, dan segala macam. Itu yang tidak dilakukan. Jadi sebatas bahasa umum yang sifatnya mendukung Faisal-Biem secara umum saja . Padahal fungsi dari *endorser* seharusnya adalah dia bisa menarik perhatian dari massa yang percaya terhadap *endorser* itu. Itu yang tidak terlalu diperhatikan dalam konteks *segmenting, targeting, positioning* itu. Seharusnya bisa lebih efektif.

Maya : *Kompetitor* terberat Faisal-Biem dalam pertarungan kampanye di media sosial menurut anda siapa?

Yunarto : Satu yang cukup cerdas memainkan tentu saja Jokowi karena mungkin dia menyadari bahwa dia disukai banyak anak muda. Dia sudah melakukan *positioning* didepan anak muda dengan baju kotak-kotak dan segala macam. Dia memiliki *euforia* media sehingga memang itu dimanfaatkan sekali. Agak menyedihkan ketika sebenarnya buat saya, seorang Jokowi akhirnya betul-betul hanya menjadi sebuah "lipstick politik" yang sifatnya hanya memoles tapi tidak menyehatkan karena saya melihat Jokowi betul-betul menggunakan *euforia* media termasuk *social media* untuk sekedar tampil sebagai seorang selebritis. Bukan tampil layaknya seorang kandidat. Dia ingin menunjukkan bahwa dia bisa naik bus kota, dia bisa kemudian jalan kaki, dia bisa dekat dengan Slank, dia bisa tanpa alas kaki kemudian berjalan di aspal, yang ketika itu dilakukan terus-menerus, titik jenuhnya akan cepat. Karena seperti layaknya fenomena artis dalam *pop-culture*, dia tidak akan bisa bertahan lama. Padahal yang dibutuhkan oleh seorang pemimpin selain dia bisa menarik perhatian masyarakat secara emosional dengan perilakunya secara pribadi, tetapi juga ada hal-hal rasional yang bisa menunjukkan

(Lanjutan)

bahwa dia tampil layak sebagai seorang pemimpin. Sederhana saja, yang harus ditampilkan adalah ketika dia sudah membuktikan *track record*-nya merakyat di Solo, yang bisa dibuktikan adalah sekarang bagaimana dia membawa program di Jakarta. Dan saya tidak melihat itu sama sekali. Akhirnya membuat Jokowi ini dalam *social media* hanya berhasil menggarap segmen anak muda saja yang emosional, tetapi lama-lama oleh segmen yang lebih rasional seperti bapak-bapak, orang yang sudah berumur 30-40 menganggap Jokowi ini tidak mumpuni karena tidak pernah tampil meyakinkan dengan program yang terencana sebagai kandidat.

Maya : Untuk kedepannya, bagaimana posisi media sosial dalam komunikasi politik? Apakah dapat menjadi pelengkap saja atau malah pengganti media konvensional?

Yunarto : Untuk masyarakat Jakarta terutama, saya pikir sudah menggantikan peran media konservatif. Terutama untuk segmen orang-orang sibuk yang biasanya tidak punya cukup waktu membaca, dan butuh informasi *realtime* sifatnya, dan kompatibel dengan perangkat *mobile* yang dia punya. Saya pun sudah seperti itu, dulu ketika pagi sangat terbiasa membaca koran sampai habis dan belum merasa tenang kalau belum baca koran, sekarang pagi yang saya ambil terlebih dahulu adalah BB saya. Saya buka *timeline* Twitter. Ada apa, saya ingin tahu dari situ dulu karena realtime. Ini seharusnya kompatibel dengan masyarakat Jakarta, dia akan linier dengan perkembangan teknologi dan linier dengan intelektualitas terhadap teknologi. Saya melihat media sosial sifatnya masih komplementer, belum substitusi tapi melengkapi.

Maya : Selain lebih menyentuh secara emosional, apakah ada saran atau kritik lain terhadap strategi komunikasi politik Faisal-Biem di media sosial?

(Lanjutan)

Yunarto : Saya berharap sebetulnya untuk di social media, saya belum banyak melihat tulisan-tulisan yang muncul mengenai Faisal-Biem secara masif, terutama oleh para *blogger*. Harusnya kalau dia betul-betul ingin memperkuat segmennya dikalangan terpelajar, tulisan-tulisan mengenai Faisal-Biem yang *track record* luar biasa itu bisa dimainkan oleh para simpatisannya sehingga betul-betul akan lebih bisa menjadi bahan diskusi perbincangan para *opinion maker*, para aktivis dalam artian betul-betul aktivis ya di dunia *social media*. *Blogger* ini kan betul-betul aktivis kita sebutnya dan efek *spin*-nya bisa lebih besar. Walaupun jumlah mereka tidak banyak tetapi mereka adalah orang-orang yang memiliki *influence* besar, Mereka adalah *social influencer* yang harusnya bisa digarap, jadi ada dua *layer* yang bisa dimainkan, *layer* yang betul-betul di-level intelektualitas *social media*, di *blogger-blogger* itu dan di level yang lebih bawah, lebih umum, lebih masif yaitu di *level* Twitter yang seharusnya digunakan dengan gaya bahasa yang awam tadi. Itu yang seharusnya dipisahkan oleh Faisal-Biem dan belum dilakukan.

## 1. Transkrip Wawancara dengan Yoes Chandra Kenawas

Maya : Hi, Yoes. Sebelumnya, boleh tau, apakah anda warga DKI Jakarta?

Yoes : Ya, saya warga DKI. KTP saya tercatat di Jakarta Selatan.

Maya : Bisa jelaskan ngga, bagaimana anda mengenai sosok Faisal Basri & Biem Benjamin?

Yoes : Pada umumnya, saya mengenal sosok Faisal-Biem melalui pemberitaan di media massa elektronik, *news portal*, dan jejaring sosial, khususnya Twitter.

Maya : Apakah anda mengikuti perkembangan Faisal-Biem di media sosial seperti Twitter, Facebook, Youtube? Jelaskan awal mula serta alasannya.

Yoes : Saya mengikuti perkembangan Faisal-Biem melalui Twitter dan Youtube tidak pernah melalui Facebook. Awalnya saya membaca beberapa *tweets* dari *account* saya *follow*. Alasan saya mengikuti perkembangan Faisal-Biem karena saya percaya bahwa pasangan tersebut adalah salah satu pasangan yang kompeten untuk memimpin Jakarta, khususnya mengingat visi dan *track record* Faisal Basri.

Maya : Menurut anda, bagaimana penyampaian pesan politik yang dilakukan oleh Faisal-Biem melalui media sosial?

Yoes : Secara umum, masih kurang masif dan agresif, hanya mengandalkan beberapa *account* simpatisan yang memiliki cukup banyak followers. Pesannya juga masih berupa retorika, belum menjelaskan secara detail bagaimana, *detailed plan* mereka akan mewujudkan Jakarta yang lebih baik. Diskursus di sosial media masih seputar bagaimana buruknya kepemimpinan Foke, belum menunjukkan mengapa kita harus memilih

(Lanjutan)

Faisal-Biem, terutama keunggulan komparatif apa yang dimiliki oleh pasangan Faisal-Biem.

Maya : Menurut anda, apakah pesan yang disampaikan tersebut sudah bersifat informatif, edukatif, dan persuasif?

Yoes : Untuk testimoni tokoh masyarakat seperti yang dapat dilihat di Youtube, pesan tersebut sangat persuasif, namun kurang informatif dan edukatif. *Endorsement* dari tokoh masyarakat, khususnya tokoh muda, sangat meyakinkan dan terlihat semangat untuk membangun Jakarta yang lebih baik. Namun untuk unsur edukatif dan informatif masih sangat minim, karena saya tidak merasa mendapatkan sesuatu yang baru atau edukatif dan saya belum tau bagaimana Faisal-Biem akan menyusun dan mewujudkan rencananya. Bahkan rencananya sendiri belum saya ketahui. Kalau untuk pesan-pesan teksnya, yak kampanye masih terbatas pada isu-isu seperti Faisal Basri adalah seorang yang baik dan pintar, tidak mengeksplor lebih jauh pada program dan visi misinya. Menurut saya, ini tidak cukup untuk memenuhi kriteria saya atas 2 unsur tadi.

Maya : Bagaimana pandangan anda terhadap presentasi diri yang dilakukan oleh Faisal-Biem di media sosial?

Yoes : Umumnya baik, namun lagi-lagi kurang unsur edukatif dan informatif. Fokus masih pada Faisal Basri, kurang *eksplor* Biem Benyamin.

Maya : Apakah pembentukan citra politik yang dilakukan oleh Faisal-Biem cukup sukses mempengaruhi anda? Jelaskan alasannya.

Yoes : Jika sebatas berbicara mengenai pengaruh *endorsement* dari tokoh muda di youtube, maka jawabannya adalah ya, cukup mempengaruhi. Namun

(Lanjutan)

masih kurang pada aspek lainnya. Yang harus diingat alasan saya mendukung kampanye Faisal-Biem lagi-lagi karena faktor Faisal Basri yg sudah teruji integritasnya, bukan karena program dan visinya. Ini yang saya sayangkan, karena bisa saja pada detik-detik akhir saya merubah pilihan saya ke pasangan lain, seperti Jokowi misalnya.

Maya : Selain pasangan Faisal-Biem, apakah anda juga memperhatikan perkembangan ke-5 kandidat lain di media sosial? Menurut anda, bagaimana perbandingannya dengan yang dilakukan Faisal-Biem?

Yoes : Ya. Saya mengikuti perkembangan pasangan Foke-Nara, Jokowi-Ahok, dan Hidayat-Didik. Sejauh ini memang yang paling tidak menarik adalah pasangan Foke-Nara. Untuk kedua pasangan lain jauh lebih agresif. Khusus untuk Hidayat-Didik, pesan yang mereka sampaikan cukup informatif dan edukatif.

Maya : Bagaimana pendapat anda mengenai fenomena pemanfaatan media sosial dalam strategi komunikasi politik, khususnya pencitraan politik?

Yoes : Pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi politik sangat baik untuk proses pendewasaan demokrasi di Indonesia. Namun, ada beberapa catatan yang harus dicermati dari diskursus politik di media sosial. Pertama, dalam konteks media sosial sebagai arena pertarungan citra politik, media sosial bisa digambarkan sebagai ajang perang semua melawan semua, sehingga sulit untuk benar-benar memenangkan sebuah pencitraan politik yang efektif. Kedua, banyaknya akun-akun *pseudonym* yang seakan-akan sangat meyakinkan informasinya dan menjadi sumber rujukan banyak orang di twitter juga bisa mengurangi efektifitas dari pemanfaatan media sosial untuk menunjang strategi komunikasi politik. Sebaliknya, media sosial bisa juga jadi boomerang untuk mendongkrak

**(Lanjutan)**

pencitraan politik. Ketiga, jangkauan media sosial dalam mendukung strategi komunikasi politik juga masih sangat terbatas pada mereka yang melek teknologi, bahkan saya kira, hanya terbatas pada mereka yang memiliki *smartphone* dan komputer. Untuk efektifitas dan efisiensi masih harus dipertanyakan.

Maya : Apakah anda pernah menyebarkan informasi yang diterima dari Faisal-Biem di media sosial? Alasannya?

Yoes : Ya, karena saya tertarik pada testimoni tokoh muda di Youtube yang mendukung pasangan Faisal-Biem.

Maya : Bagaimana pendapat anda soal donasi *online* atau saweran yang dilakukan oleh Faisal-Biem?

Yoes : Soal ini sebenarnya bagus banget, karena meniru teknik tim nya Obama. Cuma sayangnya kurang gaungnya. Saya malah lebih sering baca dan dengar soal metode baju kotak-kotaknya Jokowi.

## 2. Transkrip Twitter @FaisalBiem Periode April-Juli 2012

Generasi muda adalah masa depan Jakarta. Mereka berhak akan kota yg lebih baik #bdayabareng2 Jul 04, 2012

Barusan ini bertemu dgn anak2 muda yg haus akan perubahan di Jakarta. Semakin optimis utk meraih kemenangan #bdayabareng2 Jul 04, 2012

RT @FaozanAmar: Noted "@antaranews: Pasangan independen jadi Walikota Kupang terpilih <http://t.co/u7SbQJob>" @titianggraini @FaisalBiem Jul 04, 2012

Karena kekuasaan bukan raison d'etre dari politik, tetapi hanya alat utk mcapai tujuan utama, yakni keadaban. Jul 04, 2012

Kemenangan bukan tujuan tetapi hanya cara untuk memperbaiki keadaan. Jul 04, 2012

Optimisme akan perubahan semakin meluas. Mari berbagi optimisme agar perubahan menjadi kenyataan. Jul 04, 2012

Ketika batas antara keraguan dan keyakinan sedemikian tipisnya, hadirkan #bening akan membawa kita pada suara hati. Jul 03, 2012

#Bening akan pisahkan antara ketulusan yang penuh dengan kepura2an. Antara kesungguhan dengan main2. Jul 03, 2012

@dapih setuju mas. Semoga. Makasih banyak. Jul 03, 2012

Sekian dulu "ocehan" singkat saya di sore hari menjelang maghrib, tweep sekalian. Jul 03, 2012

Karena itu reformasi birokrasi adalah slh satu fokus program kami. Tanpa birokrasi yg baik, semua program sulit utk berhasil #merawatJkt Jul 03, 2012

Keberhasilan distribusi 3 kebutuhan tsb sgt tergantung pd kemampuan institusi pemerintah #merawatJkt Jul 03, 2012

Seluruh program @FaisalBiem diarahkan utk menjamin distribusi ketiga kebutuhan tadi scr merata #merawatJkt Jul 03, 2012

Setiap konflik yg terjadi di masyarakat berakar pd masalah ketimpangan distribusi ketiga kebutuhan (public goods) tadi #merawatJkt Jul 03, 2012

Tiga kebutuhan dasar warga yg hrs dipenuhi: welfare (kesejahteraan), security (keamanan), & liberty (kebebasan). Ketiganya saling terkait. Jul 03, 2012

Memimpin adalah amanah. Untuk melayani semua warga tanpa kecuali. Menjaga keberagaman, harmoni, dan kesetaraan #merawatJkt Jul 03, 2012

RT @cakmono: Independen lbh keren drpada golput sob! @FaisalBiem Jul 03, 2012

Jakarta harus dibangun dgn semangat kesenian. Karena seni adalah puncak prestasi sebuah peradaban #merawatJkt Jul 03, 2012

Seni yang baik adalah seni yg mencerahkan, seni yg mencerdaskan, dan seni yg membebaskan. Bukan seni yg didikte oleh kekuasaan. Jul 03, 2012

@Aynnamaria Insya Allah kami akan selalu mendengar. Sosial media menghapus sekat antara pemimpin & publik. Jul 03, 2012

Terimakasih kepada kawan2 seniman/seniwati yg membantu perjuangan kami dgn sukarela demi Jakarta yg lebih baik. Jul 03, 2012

H-8 #bdayabareng2 Jul 03, 2012

Memulai hari dengan semangat dan optimisme. Jul 03, 2012

Jul 03, 2012

RT @irfant: Saya pernah pesimis dgn Jakarta. Tapi komitmen bang @faisalbiem kembalikan mimpi-mimpi kita tentang kota yg jadi idaman semu ... Jul 02, 2012



RT @chicohakim: Utk #BerdayaBareng2 @FaisalBiem menjadi saksi TPS tanpa fee (honor) di wilayah Jakarta Barat, info/sms: anwar +6282112339983 Jul 02, 2012

@mkusumawijaya Terimakasih, Bang Marco. City is constituted by communities. Jul 02, 2012

RT @chicohakim: Masih ada kesempatan utk #BerdayaBareng2 calonnya warga Jakarta @FaisalBiem , kami membutuhkan relawan saksi TPS. Total ... Jul 02, 2012

Apa gunanya membangun jika tidak bisa merawat? Apa gunanya memimpin jika tidak bisa mendengar? #bdayabareng2 Jul 02, 2012

City is civility. City is community. #bdayabareng2 Jul 02, 2012

Karena kota adalah jantung peradaban #Jakarta2012 Jul 02, 2012

Kota beradab adlh kota yang melayani warganya secara ikhlas tanpa pandang kelas #bdayabareng2 Jul 02, 2012

5 Program Pendidikan FaisalBiem <http://t.co/Ns744Nuj> Jul 02, 2012

To work together is a thousand times better than to lead alone #bdayabareng2 Jul 02, 2012

@AndrewMuntu Bukan soal peluang, tetapi soal perjuangan. Ajak yg lain utk membuat perubahan. Jul 02, 2012

@GlennFredly Terima kasih. GBU too dan semua warga Jakarta yg inginkan perubahan. Jul 02, 2012

Perubahan di mulai dari sini, dari diri kita sendiri, dari keberanian mengambil keputusan. Jul 02, 2012

Jangan pernah takut utk memulai perubahan ke arah yg lebih baik. Tularkan virus optimisme. Tetap semangat utk mencapai kemajuan. Jul 02, 2012

Selamat memulai awal pekan yg sibuk. Semoga penuh berkah. Jul 02, 2012

Good politics offers solution. Bad politics offers pollution. #BerdayaBareng2 #merawatJKT Jul 01, 2012

Selamat menikmati malam akhir pekan tuips sekalian. Mari berdaya bareng2 utk Jakarta yg lebih baik. Jul 01, 2012

Program2 yg lain akan kami paparkan selanjutnya. Termasuk utk penanganan sampah, air dan banjir, kesejahteraan, tata ruang, dan birokrasi. Jul 01, 2012

Program yg lebih besar adalah revitalisasi bis dan kereta yg telah sy paparkan di media. Jul 01, 2012

Perlu dicatat bhw program the GoldenLine adalah slh satu dr beberapa program kami utk mengurangi kemacetan di Jakarta. Jul 01, 2012

Bagi yg ingin tahu ttg program the GoldenLine silakan cek TL yg saya paparkan tadi siang. Jul 01, 2012

Terimakasih "@lyndaibrahim: Selama 8 hari #fundraisingFB semakin yakin prinsip #bdayabareng2 ala @FaisalBiem memang bukan mimpi. (2)" Jul 01, 2012

Intinya: program the GoldenLine ini dapat terwujud dgn dukungan dari warga Jakarta demi kebaikan bersama. Jul 01, 2012

The Goldenline salah satu dr beberapa program utama kami. Banyak yg harus diperhatikan agar bisa terwujud dgn baik. Jul 01, 2012

Terimakasih utk saran, kritik, dan masukan utk program the GoldenLine. Mohon maaf belum bisa direspon satu persatu. Jul 01, 2012

Terimakasih kpd warga yg telah ikut saweran untuk kampanye kami. Insya Allah bermanfaat seberapapun sumbangan anda utk #merawatJkt Jul 01, 2012

Kesulitan dan rintangan melahirkan pemikiran2 baru yg tak terbayangkan sebelumnya. Jul 01, 2012

- Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. (QS, 94: 6) Jul 01, 2012
22. Demikian usulan kami. Jika ada usulan, kritik, dan komentar, silakan mention kami. Jul 01, 2012
  21. Tetapi sebagai titik awal, kita mulai dari satu kawasan. Jika berhasil akan diperluas jangkauannya. Jul 01, 2012
  20. Nantinya kita perlu membangun jalur2 tsb utk seluruh Jakarta. Jul 01, 2012
  19. Tentu saja pembangunan jalur sepeda & pejalan kaki tdk hanya di wilayah segitiga emas. Jul 01, 2012
  18. Dgn demikian perencanaan dpt dilakukan bersama2 utk menghasilkan implementasi yg baik. Jul 01, 2012
  17. Kita akan mendesain The GoldenLine dgn melibatkan masyarakat, profesional, dan organisasi pengendara sepeda dan pejalan kaki. Jul 01, 2012
  16. Desain the GoldenLine akan disesuaikan dgn kondisi cuaca Jakarta. Jul 01, 2012
  15. Salah satu contoh integrasi jalur sepeda dan pejalan kaki yg baik spt yg ada di Berlin <http://t.co/fwRjHkVp> Jul 01, 2012
  14. Selain menyehatkan, The GoldenLine tentu akan berdampak positif bagi lingkungan di Jakarta. Jul 01, 2012
  13. Dgn sarana ini, warga bisa berjalan kaki atau bersepeda dr Bundaran HI ke Rasuna Said atau ke Senayan dgn nyaman dan aman. Jul 01, 2012
  12. Hal ini untuk mengurangi penggunaan kendaraan bermotor di wilayah ini. Jul 01, 2012
  11. The GoldenLine berfungsi utk hubungkan lokasi2 strategis di wilayah segitiga emas agar dpt diakses dgn berjalan kaki dan bersepeda. Jul 01, 2012
  10. Utk jalur sepeda dan pejalan kaki terpadu di kawasan segitiga emas, kami sebut sebagai The GoldenLine. Jul 01, 2012
  9. Membangun jalur sepeda dan pejalan kaki tidak bisa begitu saja. Harus direncanakan matang dan diwujudkan scr serius. Jul 01, 2012
  8. Utk mengurangnya perlu pdekatan bermacam2. Salah satunya jalur sepeda dan pejalan kaki yg terpadu. Jul 01, 2012
  7. Mengapa di kawasan ini? Krn di kawasan inilah titik kronis kemacetan. Jul 01, 2012
  6. Utk 5 tahun ke depan, pembangunan jalur sepeda dan pejalan kaki terpadu di kawasan segitiga emas: Thamrin, Sudirman, dan Kuningan. Jul 01, 2012
  5. Untuk mengurangi kemacetan di wilayah tertentu, program kami membangun jalur sepeda dan pejalan kaki yg terpadu. Jul 01, 2012
  4. Selain itu, ada moda lain yg dpt dijadikan alternatif utk kurangi kepadatan lalulintas. Jul 01, 2012
  3. Revitalisasi bis dan kereta adlh cara paling efektif utk m dorong warga Jakarta beralih ke transportasi publik. Jul 01, 2012
  2. Solusi utama yg kami tawarkan: pembenahan transportasi publik dgn fokus pada dua moda: Bis dan Kereta. Jul 01, 2012
  1. Kemacetan adlh salah satu masalah besar yg harus diselesaikan di Jakarta. Jul 01, 2012
- Selamat siang warga Jakarta. Jul 01, 2012
- RT @romunass: Survey @sctv di fb cagub DKI @FaisalBiem unggul 37,12% dibanding cagub lainnya. Mari tularkan on line dann off line. Ini k ... Jul 01, 2012
- RT @TimFaisalBiem: Jdilah Bgian dri pendukung @faisalbiem sampaikan donasi anda BCA 524-029-5131 Mandiri126-001-000-8810 BNI 022-75-

404-7 ... Jul 01, 2012

Mksh teman2 RT @lyndaibrahim: ini hari terakhir #fundraisingFB di CoffeeCabin, Jl.Gunawarman no 21, atas Kat Salon, s/d 5pm. Come now! Jul 01, 2012

RT @GunturRomli: @FaisalBiem RT @h3ru\_h: Ingin pemimpin bersih? 12 tahun lalu dia sudah berikan bukti --> <http://t.co/Og7ngFPb> Jul 01, 2012

To listen, to learn, and to lead #Jkt2012 Jul 01, 2012

Sekali lagi terima kasih! Ayo gunakan hak pilih anda tgl 11 Juli nanti. Pilih yg anda anggap mampu dan bersih. Ayo berdaya bareng2! Makasih. Jul 01, 2012

Akal sehat dlm memilih dan memutuskan sgt penting utk masa depan jakarta. Suara anda lbh berharga drpd lembaran 50rb/100rb. Mari melawan! Jul 01, 2012

Keberdayaan warga hrs trus didorong utk patahkan oligarki elit parpol dan birokrasi yg slama ini pinggirkan peran warga. Kita patut melawan. Jul 01, 2012

Sekali lagi terima kasih utk semua teman2 yg mendukung, memberikan donasi dan aktif dlm tim. Masa depan kita patut diperjuangkan. Jgn diam! Jul 01, 2012

Jgn gadaikan masa depan kita hanya utk selebar 50rb atau 100rb. Pilih yg dianggap mampu dan bersih utk jadi pemimpin. Perubahan itu harus! Jul 01, 2012

Politik uang diyakini akan sangat mendominasi pemilukada DKI ini.

Rasionalitas, hati nurani penting utk digunakan dlm tentukan pilihan. Jul 01, 2012

Utk seluruh sahabat2 independen, relawan dan tim, terus semangat.

Kobarkan semangat perubahan yg sudah di depan mata. Mari berdaya bareng2! Jul 01, 2012

Terima ksh banyak mas. Yuk, berdaya bareng2. RT @pandji: Alasan saya mendukung Faisal Basri ---> <http://t.co/wQD328T4> Jul 01, 2012

RT @kartowidjojo: Mood positif gue memuncak setelah liat video ini --> Pidato Visi Misi Faisal - Biem: <http://t.co/QptG1kV8> cc: @TimF ... Jun 30, 2012

Follow @FaisalBiemShop utk info pembelian kaos. ada foto harga dan cara membeli. Ini inisiatif utk penggalangan dana kampanye. Terima kasih. Jun 29, 2012

RT @FaisalBiemShop: T-shirt #indie1 #fundraising cewek @FaisalBiem Rp. 100 rb, ukuran S-XL, free shipping, telp: 08963.88888.04 <http://t.co/...> Jun 29, 2012

RT @FaisalBiemShop: T-shirt #indie1 #fundraising @FaisalBiem Rp. 100 rb, ukuran S-XL, free shipping, telp: 08963.88888.04 <http://t.co/kE...> Jun 29, 2012

@amriehakim makasih mas. Bisa cek di TLnya @TimFaisalBiem Jun 29, 2012

@1Srengenge saya sdh sering komentar ttg itu. Intinya: penegakan hukum&pendekatan sosial ekonomi. Penciptaan kesempatan+lapangan kerja. Mksh Jun 29, 2012

RT @TimFaisalBiem: [video] Testimoni Syafi'i Maarif tentang @FaisalBiem <http://t.co/gCCMmXxw> cc @AndiDarmawan80 Jun 29, 2012

RT @treepotter: Buya Syafi'i Maarif tentang Cagub Independen DKI 2012 @FaisalBiem <http://t.co/tbMvE9HI> - untuk Jakarta yg lebih nyaman ... Jun 29, 2012

@sociotalker terima kasih mas. Ditunggu di Jakarta. Jun 29, 2012

RT @Reiza\_Patters: Jam 11 ini, bang @FaisalBiem live di acaranya @Tina\_Talisa nih... Liat yah.. :) cc: @TimFaisalBiem @sociotalker @angg

... Jun 28, 2012

RT @cdfath: Bercengkerama dengan para pencari nafkah Pindad. #geladi #SimulasiDuniaKerja Jun 28, 2012

Terus semangat RT @TimFaisalBiem: Hasil ngamen di Salemba untuk @FaisalBiem #Bdayabareng2 <http://t.co/CQyWczQG> Jun 28, 2012

RT @Reiza\_Patters: Utk pilih nomor 5, hanya perlu 5 menit ke TPS utk 5 tahun Jakarta Yang Lebih Baik! Semangat!!! Jun 26, 2012

RT @Reiza\_Patters: So, jgn lupa, tgl 11 Juli nanti, dtg ke TPS, pilih pemimpin yang membawa solusi utk Jakarta, realistis dan terukur! B ... Jun 26, 2012

RT @Reiza\_Patters: Walopun MRT pada akhirnya memang perlu utk dibangun, tapi yg lebih cepat bisa dilakukan dan sgt realistis adlh optima ... Jun 26, 2012

RT @Reiza\_Patters: Jadi, hanya @Faisalbiem yg fokus pd penanganan kereta api, angkutan umum yg sdh ada dgn konsep "scrapping" dan anggaran ... Jun 26, 2012

RT @Reiza\_Patters: Kerjasama yg saling menguntungkan dgn PT KAI sulit utk ditolak oleh mereka. Suntikan modal ke PT Commuter bisa dilaku ... Jun 26, 2012

RT @Reiza\_Patters: Bayangkan saja, akses rel kereta api sdh masuk ke Tangerang, Ciputat, Bekasi, Depok. Kenapa tdk jadi fokus? Dgn angga ... Jun 26, 2012

RT @Reiza\_Patters: Melihat gambar ini, bener kata bang @FaisalBiem kereta api hrsnya mnjdi fokus utama transportasi publik di JKT! <http://> ... Jun 26, 2012

RT @Reiza\_Patters: Contoh inisiatif2 produktif warga utk dukung perjuangan bang @FaisalBiem bisa cek TL nya kak @FunJunkies tuh, keren! ... Jun 26, 2012

@annisaichayuli @astridemily terima kasih. Jun 26, 2012

RT @yuniejusri: I don't care if people say we don't have a chance to win. I do this because I believe it's the right thing to do @Faisal ... Jun 26, 2012

RT @chrissubhan: Uang u/ @FaisalBiem sbnrnya bkn donasi tp Investasi. Klo kepilih sy dpt return KRL&Busway diperbaiki. Klo ga kepili ... Jun 26, 2012

RT @fichsan: I don't care if people say we don't have a chance to win. I do this because I believe it's the right thing to do @FaisalBie ... Jun 26, 2012

@chrissubhan @timfaisalbiem terima kasih banyak mas. Jun 26, 2012

RT @bundabaik: RT @anggasasongko: Mohon bantu RT. u/ temen2 yg mau jadi saksi @FaisalBiem di TPS saat pilkada SMS 081398313131 kirim na ... Jun 26, 2012

RT @sabinafathony: Ngeliat spanduk2 cagub dan cawagub bertebaran di skitar pejompongan. Kepikiran berkreasi bkin spanduk buat @FaisalBie ... Jun 26, 2012

@sabinafathony Silahkan, dengan senang hati. Asal tidak mengotori kota. Terima kasih banyak. Jun 26, 2012

RT @pakd1k: RT@romunass: Dukung @FaisalBiem Transfer BERHASIL ke 1260010008810/FAISAL BATUBARA Rp.150,000.00 tgl 26-06-12 jam 16:26:19 ... Jun 26, 2012

@romunass terima kasih mas. Mudah2an berkah. amien. Jun 26, 2012

RT @assegaf: Saatnya kita tunjukan pada parpol bahwa rakyat tidak butuh makelar demokrasi yg selalu ingkar. Ayo dukung calon #indep @Fai ... Jun 26, 2012

@iqbalele Insya Allah. Jalan bagus kurangi kecelakaan yg mgkn terjadi, khususnya sepeda motor. Tapi tetap hrs hati2, taati rambu lalulintas. Jun 26, 2012

@Info\_Betawi @TimFaisalBiem terima kasih. ini akun bang biem @biem\_benjamin , mention juga yah. Jun 26, 2012

RT @dodisalam: Kenapa @FaisalBiem ? | Kenapa enggak? Jun 26, 2012

Teman2 yg ingin berpartisipasi menjadi saksi penghitungan suara di TPS masing2, bisa lihat tweetnya @TimFaisalBiem ttg itu. Terima kasih. Jun 26, 2012

Meningatkan warga Jakarta, mari kampanye di lingkungan anda utk datang ke TPS pada tgl 11 Juli nanti. 5 menit utk 5 Tahun JKT yg lebih baik! Jun 26, 2012

Istirahat sejenak dan membuka Timeline. Masih terharu dgn dukungan teman2 semua di twitter. Itu mendorong semangat kami! Terima kasih.! Jun 26, 2012

RT @TimFaisalBiem: Jdilah Bgian dri pendukung @faisalbiem smpaikan donasi anda BCA 524-029-5131 Mandiri126-001-000-8810 BNI 022-75-404-7 ... Jun 26, 2012

@yuddychrinandi terima kasih mas. really appreciate it. salam utk keluarga. Jun 24, 2012

@chalidaziaa Amien. Insya Allah. Jun 24, 2012

@JehanSyauqi iya, typo. maaf Jun 24, 2012

@HarryFernando25 Amien, insya Allah. Persija harus punya stadion, di Jakarta. Salam utk teman2 jak mania. Jun 24, 2012

Amien ya Rabb. Terima kasih. RT @Laksamanacandra Ya Allah, bukakan pintu hati warga Jakarta untuk memilih @FaisalBiem Amiin #Bdayabareng2 Jun 24, 2012

@m3yriana Amien. Insya Allah. Kereta api akan jadi tumpuan transportasi publik yg terintegrasi dgn busway dan yg jg sdh ada. Jun 24, 2012

@therealnurul thanks, really appreciate it. Jun 24, 2012

@beaume\_Maya Amien. Insya Allah, kita berjuang bersama. Jun 24, 2012

@farrydoank krn konsentrasi yg utama adlh membangun transportasi publik yg bertumpu pd kereta api + busway. melayani kpntingan yg lbh besar. Jun 24, 2012

@uberfunk terima kasih banyak mbak. itu yg memang diperlukan. semoga kita bisa raih cita-cita kita bersama, Jakarta Yang Lebih Baik. Jun 24, 2012

RT @uberfunk: Kita-kita bisa gerilya bantuin @FaisalBiem menyuarkan programnya ke lingkungan sekitar. Satu orang ke sepuluh aja udah be ... Jun 24, 2012

@Gmontadaro demokratis itu bukan tidak tegas mas. yg penting kepemimpinan yg mau berpihak pd warga, bukan kpntingan segelintir org. Jun 24, 2012

@fajrinrasyid makasih mas. Jun 24, 2012

RT @lyndaibrahim: Benda2 di #fundraisingFB a/ milik pribadi kami ber-4. Kami sndr jg yg melayani pengunjung. Berdaya bareng2 demi @Faisa ... Jun 24, 2012

@AzfariAziz terima kasih mas. Jun 24, 2012

Jadi terima kasih banyak atas mention, dukungan dan bantuan yg telah diberikan hingga saat ini. Ayo berdaya bareng2 utk #merawatJKT. Jun 24, 2012

Ketika dasar demokrasi sdh kembali putih dari kehitaman yg meliputinya, kita bisa goreskan tinta perjuangan bersama utk rakyat sejahtera. Jun 24, 2012

Kita berharap, partai2 akan melakukan koreksi ke dalam dan berusaha perbaiki kondisi mrk utk kembali kpd tujuannya, kesejahteraan rakyat. Jun 24, 2012

Utk itu, kita wajib perjuangkan kedaulatan rakyat dlm melawan

pragmatisme berlebihan dan oligarki partai dgn tunjukkan rakyat masih kuasa. Jun 24, 2012

Knj ini dilakukan, krn kami masih percaya bhw tiang demokrasi yg kita sepakati skrg adlh parpol, yg idealnya for the shake of the people. Jun 24, 2012

Knj gerakan koreksi ini dilakukan, krn kami yakin di dlm Parpol msh banyak org2 baik yg tergeneralisasi pd kondisi pragmatisme parpol skrg. Jun 24, 2012

Tdk ada niat kami utk melawan atau anti pd parpol. Namun utk koreksi oligarki partai yg sdh menihilkan peran rakyat yg sbtuhnya sbg penentu. Jun 24, 2012

@irfanfauzi sdh dilakukan sjak pengumpulan KTP setahun yg lalu. Masa kampanye kita jg akan lakukan. mdh2an teman2 mau membantu mnjd relawan. Jun 24, 2012

Target fokus program kami as the ultimate goal adlh manusia di dlm kota. Infrastruktur, solusi macet, banjir, only 4 the shake of the people Jun 24, 2012

Bukan kami yg bisa memperbaiki Jakarta, tapi kita semua, dengan berdaya bareng-bareng utk Jakarta yg berkeadaban, manusiawi dan memanusiakan Jun 24, 2012

Terharu membaca mention malam ini. terima kasih banyak dukungannya teman2 semua. Cita2 kami sederhana, kembalikan kota pd hegemoni warga. Jun 24, 2012

RT @BambangECWidodo: KIPP, Prludem, ICW, JPPR & Pnwaslu DKI mengundang pd "Deklarasi Antipolitik Uang dlm Plkda DKI" @Bund HI, Mingg ... Jun 23, 2012

RT @Reiza\_Patters: Bang @FaisalBiem sdh hadir, on air @Dakta107FM nih.. cc: @TimFaisalBiem @yoladamayanti Jun 23, 2012

@yohanfabrizio follow TL nya Maina @FunJunkies yah.. Saya lupa. Maaf. Jun 22, 2012

RT @ifalifa: Di beritasatu lagi ada Pak @FaisalBiem! Go go calon independen buat Gubernur Dki Jakarta :D Jun 22, 2012

RT @akamiil: "...Faisal basri memiliki gagasan baru.." - Chusnul Mar'iyah di @Metro\_TV cc: @FaisalBiem Jun 22, 2012

Hanya klarifikasi. Besok ada dua acara yg berbeda, 1. lelang benda seni dan memorabilia alm. H. Benyamin Syueb. 2. Garage sale & Lelang. Jun 22, 2012

RT @dufiabdullah: @FaisalBiem saksikan Bang Faisal Basri di Berita Satu TV, channel 6 First Media TV, dlm acara Memilih Jakarta-1, jam 2 ... Jun 22, 2012

RT @KabarJKT: Galang Dana Pemilukada, Faisal-Biem Lelang Benda Seni <http://t.co/l0c7gXTv> Jun 22, 2012

RT @TimFaisalBiem: [Video] Erry Riyana tentang Faisal Basri <http://t.co/0ZsSwRBI> cc @wimar @wanda\_hamidah @Reiza\_Patters @gm\_gm @pandji ... Jun 22, 2012

Mksh maina. RT @FunJunkies: Mengundang warga Jkt utk datang ke acara pnggalangan dana bagi cagub independen @FaisalBiem <http://t.co/CxGBsSaH> Jun 22, 2012

@senirupa @indiratantri @funjunkies @lyndaibrahim terima kasih banyak teman2. Really appreciated. Jun 22, 2012

RT @ariefabi: Ada Pak Faisal Basri @FaisalBiem di @Beritasatu TV. Calon Gubernur DKI Jakarta lewat jalur independen. Jun 22, 2012

Sekali lagi terima kasih atas segala dukungan dan inisiatif hebat dari teman2 semua. Mari Berdaya Bareng-Bareng Utk #merawatJKT! Jun 22, 2012

Silahkan dukung dan pilih kami jika menurut anda kami mampu dan bisa membawa harapan perubahan utk Jakarta Yg Lebih Baik. Itu jg cita2 kami.  
Jun 22, 2012

Jgn dukung kami, jika menurut anda kami bknlah yg pantas dan mampu membawa perubahan utk Jakarta yang lebih baik. Tapi juga, sebaliknya..  
Jun 22, 2012

Buat saya, ini adlh pengalaman tak terlupakan. Kita akan goreskan tinta putih sejarah pd kertas hitam demokrasi, agar ia jg kembali putih. Jun 22, 2012

Mudah2an apa yg telah kita bangun bersama, dgn segala pengorbanannya, menjadi hal yg bermanfaat dan menyebarkan energi positif utk negeri. Jun 22, 2012

Saya percaya bahwa apa yg telah dilakukan semata-mata dilandasi dgn niat tulus dan msh adanya harapan bhw Jakarta bisa diperbaiki, bersama.  
Jun 22, 2012

Terima ksh banyak kami ucapkan atas inisiatif dan dukungan yg sgt mengagumkan dari teman2 semua dlm penggalangan dana kampanye kita ini. Jun 22, 2012

RT @PerhimpunanINTI: Besok silaturahmi Perhimpunan INTI dgn "Faisal Basri & Biem Triani Benjamin" 22Jun jam12, Restoran RAJA KURING, ...  
Jun 21, 2012

@Reiza\_Patters @JuriaRuni @lyndaibrahim @FunJunkies @indiratantri Terima kasih. Semoga berkah. Mari berdaya, bersama utk JKT yg lebih baik. Jun 21, 2012

RT @AndiDarmawan80: Agar lbh kenal dgn program Cagub No. 5..RT @TimFaisalBiem: Program Cagub Independen @Faisalbiem  
<http://t.co/oraA5EQT> Jun 21, 2012

RT @TimFaisalBiem: Sekali lagi terima kasih kami ucapkan, mari berdaya bareng-bareng utk #merawatJKT! Jgn lupa tgl 11 Juli datang ke TPS ...  
Jun 21, 2012

RT @TimFaisalBiem: Apresiasi yg tinggi kami berikan juga kpd seluruh warga Jakarta yg turut mendukung pergerakan kami sbg bentuk usaha m ...  
Jun 21, 2012

RT @TimFaisalBiem: Jadi terima kasih banyak kpd seluruh pihak2 yg menjadi penggagas acara2 pengalangan dana ini, mas @senirupa @FunJunki ...  
Jun 21, 2012

RT @TimFaisalBiem: Hasil dari acara 2 hari trsbut akan disumbangkan kepada Cagub dan Cawagub Independen @FaisalBiem sbg bentuk kontroibu ...  
Jun 21, 2012

RT @TimFaisalBiem: Komunitas Urusan Perempuan didirikan by @FunJunkies + @indiratantri sbg wadah diskusi mslh keluarga, kesehatan, kecan ...  
Jun 21, 2012

RT @TimFaisalBiem: Acara akan dimeriahkan oleh beberapa artis dan stand-up comedian pendukung Faisal-Biem, seperti @pangeransiahaan dan ...  
Jun 21, 2012

RT @TimFaisalBiem: Acara lelang dan garage sale akan diadakan pada Sabtu 23/6 dan Minggu 24/6 di Coffee Cabin, Jl Gunawarman No. 21, Jak ...  
Jun 21, 2012

RT @TimFaisalBiem: Komunitas ini akan gelar garage sale dan lelang barang sprt tas tangan, baju, pernak-pernik, sepatu, barang2 seni, da ...  
Jun 21, 2012

RT @TimFaisalBiem: Perjuangan @FaisalBiem juga menggugah Komunitas Urusan Perempuan untuk ikut menggalang dana dukungan bagi pasangan te ...  
Jun 21, 2012

RT @TimFaisalBiem: @NuniekHerawati1 @AmanisiMichael Gerakan ini adlh

bentuk koreksi trhdp Partai, bukan gerakan anti partai. Jadi tdk ad ... Jun 21, 2012

RT @TimFaisalBiem: Utk yg tertarik memberikan donasi dlm kegiatan lelang ini silahkan hadir ke lokasi lelang. Mari berdaya bareng-bareng ... Jun 21, 2012

RT @TimFaisalBiem: Hasil dari lelang ini akan didonasikan utk kegiatan kampanye @FaisalBiem sbg salah satu bentuk keberdayaan+kepedulian ... Jun 21, 2012

RT @TimFaisalBiem: Kami, atas nama Faisal B - Biem Benjamin sangat mengapresiasi inisiatif ini dan mengucapkan terima kasih sebesar2nya ... Jun 21, 2012

RT @TimFaisalBiem: Seniman2 pelukis dan perupa yg terlibat dalam acara lelang ini berasal dari Jakarta, bandung dan Bali. Mrk yg ikut co ... Jun 21, 2012

RT @TimFaisalBiem: 2. 5 Kolksi Baju Benyamin: Baju Demang Krah Shanghai Merah Muda, Demang Krah Shanghai Biru Muda, Safari Abu2, Koko Pu ... Jun 21, 2012

RT @TimFaisalBiem: 1. 5 Koleksi Album Benyamin dlm bentuk Piringan Hitam : Album Patjaran, Monjet Nongkrong, Tukang Kridit, Si Djampang, ... Jun 21, 2012

RT @TimFaisalBiem: Selain itu, terdapat benda-benda memorabilia milik mendiang aktor Betawi Benyamin Sueb, yakni: Jun 21, 2012

RT @TimFaisalBiem: 8. Lukisan dari Tisna Sanjaya Jun 21, 2012

RT @TimFaisalBiem: 6. Instalasi "The Bronze Chariot of Emperor Qin Shi Huang's Mausoleum" (koleksi Djatmiko Wibowo), 7. Patung karya D ... Jun 21, 2012

RT @TimFaisalBiem: 5. "Bless Me", "Let's Take Down", "Lick Me Please", "Repeater", "Retro", "Worker" dan "Landing Up" karya Mushowir Bing. Jun 21, 2012

RT @TimFaisalBiem: 4. "Melampaui Ras dan Gender" dan "Memadu kasih" karya Gede Sukana Kariana (koleksi Djatmiko Wibowo) Jun 21, 2012

RT @TimFaisalBiem: Lukisan yg dilelang: 1. "Kesaksian I" -Malela koleksi @gm\_gm, 2. "Golgota" -Ni Ketut Ayu Sriwardani, 3. "Lima Roti Du ... Jun 21, 2012

RT @TimFaisalBiem: Pameran mulai Kamis 21/6/12 s/d Sabtu 23/6/12. Puncak acara lelang akan diselenggarakan di lokasi sama Sabtu, 23/6/12 ... Jun 21, 2012

RT @TimFaisalBiem: Barang2 seni yg akan dilelang, mulai hari ini dipamerkan di Tryst Living - Gallery & Resto Jl Kemang Utara 1A, No ... Jun 21, 2012

RT @TimFaisalBiem: Dlm rangka mencari pendanaan utk mendukung kegiatan kampanye @FaisalBiem diadakan lelang lukisan dan patung & mem ... Jun 21, 2012

Terima kasih mbak @oppieandaresta atas dukungannya. Berdaya bareng-bareng sbg prinsip gerakan kita utk perubahan ke arah yg lebih baik. Jun 20, 2012

RT @TimFaisalBiem: [video] Testimoni Oppie Andaresta untuk @FaisalBiem <http://t.co/haXtkr6E> cc @savejkt @infoberita @BillyBoen @bimokonig Jun 20, 2012

RT @aricut: Ini rekening dana kampanye @FaisalBiem BNI 0250593195 a.n Faisal batubara BCA: 524-029-5131 Mandiri: 126-001-000-8810 a.n Fa ... Jun 19, 2012

@ferlanbond @chicohakim sudah sangat membantu. Wujud keberdayaan kita bersama. Insya Allah bermanfaat. Amien. Jun 19, 2012

Terima kasih banyak. RT @ferlanbond: @chicohakim m-



TransferBERHASIL19/06 22:31:17Ke 5240295131FAISAL BATUBARARp. 50,000.00vote 4 dki 1 Jun 19, 2012

RT @chicohakim: Jgn ngomong mau Gubernur yg bebas jeratan cukong; maling APBD, & developer2 perusak kota klu kalian jg tdk sumbang d ... Jun 19, 2012

RT @chicohakim: Ini rekening dana kampanye @FaisalBiem BNI 0250593195 a.n Faisal batubara BCA: 524-029-5131 Mandiri: 126-001-000-8810 a. ... Jun 19, 2012

Saya sdh berhenti. Insya Allah seterusnya. RT @joetandean: @FaisalBiem Pak Faisal, tunjukkan komitmen Bapak, dimulai dgn berhenti merokok. Jun 18, 2012

@fauzanjs @subud\_ @nukman @teguhaang bekasi sdh tersambung dgn titik pertemuan stasiun manggarai. Jun 18, 2012

Makasih. RT @toscasantoso: @arifz\_tempo @syaltout sementara ini ada calon independen di jakarta FaisalBiem. Jangan lupa 11 juli. Pilih nmr 5 Jun 18, 2012

RT @TimFaisalBiem: Jdilah Bgian dri pendukung @faisalbiem smpaikan donasi anda BCA 524-029-5131 Mandiri126-001-000-8810 BNI 022-75-404-7 ... Jun 18, 2012

@subud\_ @nukman @teguhaang tinggal menyambungkan rel dari bintangoro dan tanjung barat, jakarta sdh miliki rel kereta melingkar. Jun 18, 2012

@subud\_ @nukman @teguhaang itu yg kami akan perjuangkan bekerjasama dgn PT KAI, commuter lebih realistis dan bisa dikerjakan lbh cepat. Jun 18, 2012

RT @TimFaisalBiem: Berdaya bareng - bareng Bersama @Faisalbiem Cagub DKI No.5, salurkan Donasi ke <http://t.co/yMQXXjgb> #donasi Jun 17, 2012

RT @anggasasongko: Saya pending @FilmCahayaTimur dan Nada Nusantara agar fokus pd pergerakan @FaisalBiem. Krn kesempatan perubahan ini l ... Jun 16, 2012

RT @anggasasongko: Tujuan saya terlibat dlm gerakan @FaisalBiem adalah melawan. Melawan status quo & politik uang dg sebaik-baiknya, ... Jun 16, 2012

@rzqanandhika amien. Insya Allah. Gerakan ini harus masif dan menjadi perjuangan bersama. Mari! Berdaya bareng-bareng! Utk JKT yg lbh baik! Jun 15, 2012

RT @rzqanandhika: @FaisalBiem semoga gerakan ini menciptakan anak2 bangsa baru yg membersihkan nama dan tujuan dr kata 'politik' ke sems ... Jun 15, 2012

@phandaka @lydiafturnip terima kasih banyak. Jun 15, 2012

Amien. Terima kasih. RT @banas\_mazifu: Coba msh jd warga jkt, pasti sy akan coblos @FaisalBiem :) teriring doa sy dr jogja Jun 15, 2012

@rzqanandhika setuju. Harus dimulai segera. Kewajiban kita bersama utk didik rakyat dlm politik bersih, etis dan santun. insya Allah. Jun 15, 2012

@pharewa ada. Sudah saya twitt. Jun 15, 2012

RT @yusabdul: Mending #merawatJKT daripada ngeberesin. Ayo berdaya bareng2, semoga kedepannya Jakarta lebih terawat dan nyaman. Vote @Fa ... Jun 15, 2012

@rzqanandhika kami berusaha seminimal mungkin kampanye yg tdk menambah sampah JKT. Klaupun ada inisiatif relawan, tim akan bantu membersihkan. Jun 15, 2012

Terima kasih banyak. Appreciated much. Mari! RT @lydiafturnip: @FaisalBiem. Dan akhirnya saya yakin. It's u that I'll vote. Berdaya bareng2. Jun 15, 2012

Amien ya Rabb. Terima kasih. RT @angkusanang: @FaisalBiem aminnn

aminnn ya Allah - beri mereka kesempatan ntuk tunaikan janji mulia mereka Jun 15, 2012

@shakrilla ya mas. Terima kasih banyak. Jaga kondisi, perjuangan kita tdk berhenti sampai tgl 11 Juli. Salam utk teman2 semua. insya Allah. Jun 15, 2012

@vespabiru66 baik. Terima kasih. Jun 15, 2012

RT @TimFaisalBiem: [video] Todung Mulya Lubis tentang pencalonan independen <http://t.co/985f5NUi> Jun 15, 2012

Terima kasih mas. RT @rivanpari: @FaisalBiem Didaerah saya di dominasi kotak2 dan rambut diatas mulut. Tapi dukungan sy ttp ke anda berdua. Jun 15, 2012

@ary\_moto belum ada sepertinya. Masih terbatas pada BB dgn segala kekurangannya. Mohon maaf. Jun 15, 2012

Terima kasih angga. RT @aulmarinda: Cc: @duduk\_tenang RT @anggasongko: Nih, video tes timoni saya buat @FaisalBiem - <http://t.co/tCtQGGd7> Jun 15, 2012

@RestuEkaSepti terima kasih banyak mbak. Salam utk keluarga. Pencerahan harus dilakukan terus menerus. Jgn putus asa. Jun 15, 2012

@ivvaty sudah. Gunakan yg javelin dan onyx kalau tidak salah. Terima kasih. Jun 15, 2012

@shakrilla saya sendiri. Jun 15, 2012

RT @Daqie: @TimFaisalBiem Rekrut Saksi Via Facebook - <http://t.co/OWGNZJ2u> @tribunnews @reiza\_patters @supiarso @faisalbiem Jun 15, 2012

Bagi kami, perjuangan ini adlh sbuah gerakan koreksi bagi masa depan demokrasi kita yg sehat dan Jakarta yg lebih baik. Insya Allah. Amien. Jun 15, 2012

Ini hanya sbuah bentuk kreatif dari @TimFaisalBiem utk mendekatkan diri dgn teman2 semua dan menjaring masukan utk kita berdaya bareng2! Jun 15, 2012

Silahkan utk teman2 yg ingin mendukung dan berikan masukan langsung pd kami, apalagi utk donasi, utk men-download aplikasi tsb. Jun 15, 2012

Torch: torch : <http://t.co/T7PEXQ3y> Jun 15, 2012

Javelin & Onix: <http://t.co/6kw3s7X0> Jun 15, 2012

Berikut link utk download aplikasi tsb: Gemini: <http://t.co/1QPTSZme> Jun 15, 2012

Pada aplikasi tsb juga ada agenda kami setiap hari dan keterangan no rekening utk teman2 yg berkenan berikan donasi, utk perjuangan kami. Jun 15, 2012

Aplikasi BB ini berisi ttg profil kami, sikit paparan visi misi, program kerja dan teman2 bisa langsung berikan masukan utk kami, real time. Jun 15, 2012

Alhamdulillah, hari ini, @TimFaisalBiem sdh meluncurkan aplikasi utk Blackberry yg bertujuan utk mendekatkan kami dgn warga. Jun 15, 2012

Insya Allah. Kita berjuang bersama. RT @andrya8: ◦◦◦◦◦◦ ◦◦◦◦◦◦ ωω begitu smoga tetep istiqomah ya pak @FaisalBiem @timfaisalbiem Jun 15, 2012

@andrya8 @timfaisalbiem utang kepada rakyat itu akan dibayar dgn kebijakan2 yg pro rakyat. Bukan kebijakan yg pro pada bandar politik. Jun 15, 2012

RT @TimFaisalBiem: Jdilah Bgian dri pendukung @faisalbiem smpaikan donasi anda BCA 524-029-5131 Mandiri126-001-000-8810 BNI 022-75-404-7 ... Jun 15, 2012

RT @IneRahmawatii: saya ine rahmawati beserta keluarga mendukung @faisalbiem pd tgl 11 juli 2012 utk Gub/Wagub DKI JAKARTA, anyone ?

Jun 14, 2012

RT @azmanmoe: Semangat relawan muda Forum Pemuda Jakarta utk @FaisalBiem di Tebar 123 <http://t.co/fIJmClBO> Jun 14, 2012

@IneRahmawatii terima kasih. Sampaikan salam utk keluarga. Jun 14, 2012

@orangpenasaran usia, fisik dan uji emisi. Jun 10, 2012

@orangpenasaran Scrapping. yg msh baik, akan jd pengumpan. Yg sdh tdk baik dibayar sisa nilai, pengemudi diintegrasikan dgn transjakarta. Jun 10, 2012

@m3yriana kerusakan lingkungan akibat pembangunan property itu nyata. Keselamatan lingkungan mnjd orientasi jika mau membangun property. Jun 10, 2012

@m3yriana pengembangan property di Jakarta harus berorientasi lingkungan dan tdk meminggirkan warga. Jgn justru timbulkan masalah baru. Jun 10, 2012

@faruqmreza terima kasih. Jun 09, 2012

RT @Ijulsaja: Faisal-Biem Kampanye Lewat Youtube <http://t.co/sQ34g9u3> via @tempodotco @timfaisalbiem @faisalbiem Jun 09, 2012

Terima kasih banyak mba. Semangat! RT @wanda\_hamidah:

@nenaisme\_99 @realriry kali ini pilihan sy berbeda dng PAN, saya dukung @FaisalBiem :) Jun 09, 2012

RT @TimFaisalBiem: Simak video2 @FaisalBiem di <http://t.co/E6KM4ZZ5> Jun 07, 2012

RT @yunusMakNyos: Bang @chicohakim :) RT @infojakarta: Jadwal Kampanye Urut 5: Faisal Basri-Biem Benyamin --> [#D ...](http://t.co/xvWo7A4T) Jun 05, 2012

RT @TimFaisalBiem: Jdilah Bgian dri pendukung @faisalbiem smpaikan donasi anda BCA 524-029-5131 Mandiri126-001-000-8810 BNI 022-75-404-7 ... Jun 05, 2012

RT @TimFaisalBiem: [video] Testimoni Jajang C.Noer @ibutjantik untuk @FaisalBiem > <http://t.co/JJrqS6cG> cc @dewisandra @KikanNamara @ ... Jun 04, 2012

RT @sheilakartika: Mungkin @FaisalBiem kudu main ke @tjiliwoeng Bogor biar #LombaMulung ga cuma diterapkan di Bogor tapi juga di Jakarta ... Jun 03, 2012

@sheilakartika @tjiliwoeng insya Allah. Jun 03, 2012

RT @dede892: @TimFaisalBiem: Yuk simak Video Saweran untuk @FaisalBiem <http://t.co/mXP7muLW> #Bdayabareng2 @biem\_benjamin Jun 02, 2012

RT @hkomandangi: Bus Transjakarta meledak di Bunderan HI. PR utama buat Gubernur Baru Jakarta nih: "Perbaiki Sistem Transportasi Masal" ... Jun 02, 2012

RT @Ijulsaja: Rakyat bicara "@TimFaisalBiem: Yuk simak Video Saweran untuk @FaisalBiem <http://t.co/h4p33lqG> #Bdayabareng2" Jun 02, 2012

RT @treepotter: Woohoo! "@anggasongko: Nih coy video dukungannya @GlennFredly buat @FaisalBiem cagub #INDEPENDEN DKI >> <http://t.co/...> Jun 02, 2012

RT @ambowella: Telitih sebelum memilih. #twitlayanamasyarakat #jakarta #instagram #berdayabarengbareng sama @FaisalBiem <http://t.co/rkH...> Jun 01, 2012

RT @TimFaisalBiem: [video] Salman Aristo tentang @FaisalBiem <http://t.co/7FsxGezh> Jun 01, 2012

@simponii @salmanaristo @efekrumahkaca @glennfredly

@anggasongko terima kasih banyak teman2. Kita berdaya bareng2, bersama warga Jakarta. Jun 01, 2012

RT @simponii: Foto aku & @GlennFredly (kami dukung cagub indie Jakarta @FaisalBiem yg utang budi ke rakyat, bukan parpol)~> [http: ...](http://t.co/...) Jun 01, 2012

RT @mkusumawijaya: Mengapa sy pilih calon indie @faisalbiem ? Jkt hanya dpt diperbaiki jika politik berubah mendasar: peran sentral masy ... Jun 01, 2012

@arsysmtra yg mana? Jun 01, 2012

RT @adjiekunz: @FaisalBiem Yg Melihat ibu temen saya udah seminggu meninggalkan rumah, bagi yg menemukan mohon sms 0812.822.34723 [http:// ...](http://t.co/...) Jun 01, 2012

Mohon doa sahabat agar saya teguh melumatkan berhala rokok dalam kehidupan saya. May 31, 2012

Kecintaan mereka telah meluluhkan hati saya. Saya harus membalasnya. May 31, 2012

Tiba-tiba hari ini saya tergerak untuk berhenti merokok. Kebetulan tepat pada hari bebas tembakau. Kian ... <http://t.co/ccGtWJJn> May 31, 2012

RT @TimFaisalBiem: [video] Mpok Nori tentang @FaisalBiem di <http://t.co/YU9fv4fu> cc @KikanNamara @SharpButSoft @h3ru\_h @pipinBeck @info\_ ... May 31, 2012

RT @TimFaisalBiem: Lagu untuk @FaisalBiem <http://t.co/nGwpN8OT> May 30, 2012

RT @gitaputrid: @mrshananto @FaisalBiem sudah kak, ini hasilnya <http://t.co/kUelcdxq> May 30, 2012

Terima kasih. RT @GlennFredly: Malam. ini video testi saya ttg cagub DKI no.5 @FaisalBiem ,salam berdaya bersama!>>> <http://t.co/d93an5rG> May 29, 2012

RT @TimFaisalBiem: Yuk simak video Glenn Fredly ttg @FaisalBiem <http://t.co/sWsFQrul> cc: @wimar @didinu @treespotter @fadjroel @ernestpr ... May 29, 2012

RT @TimFaisalBiem: [Video] @GlennFredly ttg @FaisalBiem <http://t.co/sWsFQrul> @pandji @dr\_tompi @anggasasongko May 29, 2012

RT @TimFaisalBiem: Mau Tabloid "Independen" ? Silakan download di sini <http://t.co/C9CKVPfu> May 28, 2012

RT @TimFaisalBiem: Sahabat Independen, besok kita akan meluncurkan vidio testimoni dari @GlennFredly dukungan utk @faisalbiem May 28, 2012

Penjelasan Prof. Quraish terpancar dr wajahnya yg sejuk serasa lancar merasuk ke pikiran dan qalbu. Subhanallah. May 27, 2012

Betapa sejuk hati ini memperoleh jawaban2 dr Prof. Quraish Shihab atas berbagai persoalan sosial. May 27, 2012

@yutiti selamat sore. Insya Allah menang! Mari sama-sama. Makasih. May 26, 2012

RT @febridiensyah: "Fighting for Faisal" kolom Karim Raslan di Jakarta Globe hal.11 @FaisalBiem @Reiza\_Patters <http://t.co/DqL5rv1A> May 24, 2012

@na\_sweet sudah terjaga. May 23, 2012

@anisfauzan1 bugar selalu menatap masa depan. May 23, 2012

Kerumunan mengobarkan semangat, lambat laun lunglaikan ongokan uang. #bening menyapa begitu. May 23, 2012

Lelah tak pernah membuatnya surut. #bening teguhkan tekad, walau harus merangkak. May 23, 2012

@gm\_gm @pipinBeck @TimFaisalBiem @FaisalBiem May 23, 2012

True. RT @Welly\_10: "The best Dakwah is our example. Because Our actions speak louder than words" (Hadits). Cc: @FaisalBiem @TimFaisalBiem May 22, 2012

ICW & LBH Jakarta Paparkan Gejala-gejala Korupsi Pilkada DKI  
<http://t.co/3j6t5A56> via @Detikcom May 22, 2012

RT @ruangjakarta: Cagub @FaisalBiem: investigasi terhadap suap #SPBU bermasalah dan menindak tegas (bongkar dan pindahkan #SPBU yg terbu ... May 22, 2012

RT @ruangjakarta: Cagub @FaisalBiem: #SPBU yg bermasalah erat kaitannya dengan masalah korupsi (manipulasi ijin, suap, dll) May 22, 2012

RT @Welly\_10: Ali bin Abi Thalib ra: "Hari ini adalah suatu perlombaan untuk merebut kemenangan di hari esok". Cc: @FaisalBiem @TimFaisa ... May 21, 2012

RT @rendrawsetiawan: Pemuda dalam surat Al Anbiya ▶ " Berani merombak dan bertindak dalam tatanan lingkungan yang rusak! " May 21, 2012

RT @TimFaisalBiem: Yang mau download lagu2 @FaisalBiem silakan di <http://t.co/8RBP9C23> May 21, 2012

RT @TimFaisalBiem: Ada yang mau lagunya @FaisalBiem ? Versi akustik silakan buka di <http://t.co/KAnOJs57> May 21, 2012

@mhmfikri @kojekrapbetawi wa alaikumussalam. Makasih doanya. Insya Allah, kita maju bersama. May 20, 2012

Met pagi @KojekRapBetawi semangat terus majukan budaya betawi yah.. May 20, 2012

@ekaardiana terima kasih. Salam takzim utk saudara2 di pedalaman Kalimantan. Kita bersaudara, Indonesia. Tabik. May 19, 2012

Terima kasih. RT @FerryNLangelo: @FaisalBiem tetap semangat..!!! Kami dukung anda utk mengelola jakarta menjadi lebih baik. May 19, 2012

Ketulusan, keikhlasan atas segala pengorbanan adlh bahan bakar utk pergerakan. Semoga Tuhan meridhai kita utk Berdaya bareng2 #merawatJKT. May 19, 2012

Angin perubahan sdh berhembus keras, warga sebagai sumbu pergerakan. Haruskah kita abai, berpangku tangan? Kami menolak diam! May 19, 2012

Semangat semakin kuat. Keyakinan dgn sbuah gerakan politik krn didukung langsung warga, dorong optimisme. Terima kasih, kita berdaya bareng2 May 19, 2012

RT @MayyaAdnan: Sedang persiapan LIVE Suara Anda Jakarta Memilih .. Nanti malam ada @hnurwahid dan Faisal Basri @FaisalBiem pkl 19.30 LI ... May 18, 2012

Terima kasih. RT @TimFaisalBiem: Siapa saja yg mendukung Cagub Independen @FaisalBiem klik <http://t.co/hFCiqULI> May 18, 2012

RT @TimFaisalBiem: [video] Alex Komang tentang Faisal Basri <http://t.co/zrGjU400> May 18, 2012

RT @TimFaisalBiem: Terima kasih kepada tokoh2 yang telah memberikan testimoni untuk @FaisalBiem. Silakan cek di <http://t.co/ISPZ4JmP> cc ... May 17, 2012

RT @anggasasongko: Effendi Ghazali ngomong apaan nih ttg @FaisalBiem? Noh liat aje disini >> <https://t.co/RUKmaxKA> May 16, 2012

RT @tresnasetiawan: Berbagai testimoni yg bs dijadikan alasan knp mesti pilih @FaisalBiem --> <http://t.co/WvgL4ISk> my fave came from ... May 16, 2012

RT @TimFaisalBiem: [video] Effendi Ghazali tentang @FaisalBiem <http://t.co/aouljdvnc> cc @wanda\_hamidah @alexkomang2000 @oppieandaresta @e ... May 16, 2012

RT @TimFaisalBiem: [video] Effendi Ghazali tentang @FaisalBiem <http://t.co/aouljdvnc> cc: @wimar @gm\_gm @pandji @anggasasongko @dr\_tompi @ ... May 16, 2012

RT @mat\_echa: siapa yg suka @Efekrumahkaca yok kita dengerin testimoni mereka tentang @Faisalbiem disini:<http://t.co/O5OPKc0A> May 15, 2012

RT @TimFaisalBiem: [video] Efek Rumah Kaca tentang Faisal Basri <http://t.co/b62t8VZL> cc @gm\_gm @alexkomang2000 @GlennFredly @efekrumahk ... May 15, 2012

RT @TimFaisalBiem: [VIDEO] Testimoni Pandji untuk Faisal Basri, Calon Gubernur DKI Jalur Independen <http://t.co/j0hOfoye> May 15, 2012

RT @TimFaisalBiem: [VIDEO] Testimoni Sarwono Kusumaatmadja untuk Faisal Basri, Calon Gubernur DKI Jalur Independen <http://t.co/Gpczp8vu> May 15, 2012

RT @TimFaisalBiem: [VIDEO] Testimoni Marco Kusumawijaya untuk Faisal Basri, Calon Gubernur DKI Jalur Independen <http://t.co/SDw7Bwzv> May 15, 2012

RT @TimFaisalBiem: [Video] Tati Cuex (presenter radio) tentang @FaisalBiem <http://t.co/LASp67ZQ> May 15, 2012

RT @TimFaisalBiem: [Video] "Timpi tentang Faisal Basri" yuk simak di <http://t.co/o2xOxnj7> | @dr\_timpi May 15, 2012

Terima kasih teman2. Tetap semangat! RT @TimFaisalBiem: simak video2 yang lain di <http://t.co/sgEy2eIX> May 15, 2012

RT @gitaputrid: Tulisan terbaru blog >>>lima alasan mengapa nanti saya akan memilih @FaisalBiem <http://t.co/M4AOmxYd> @assegaf ... May 15, 2012

RT @TimFaisalBiem: [VIDEO] Testimoni Timpi untuk Faisal Basri, Calon Gubernur DKI Jalur Independen <http://t.co/tm8O1EYo> May 14, 2012

RT @TimFaisalBiem: @angelawinda dana kampanye diperoleh dr dana pribadi @FaisalBiem dan saweran warga. Dana kampanye akan diaudit akunta ... May 14, 2012

Met pagi @Jokowi\_Basuki @boris\_malau. Mas jokowi dan mas ahok adlh sahabat2 saya. Saya selalu berdoa yg terbaik utk semua. May 14, 2012

Mba @wanda\_hamidah kami turut berduka cita. Semoga arwahnya diterima Allah dgn segala amal ibadahnya. Semoga keluarga ikhlas & tabah. Amien. May 14, 2012

RT @SharpButSoft: #salam5Jari utk @FaisalBiem AYO KITA RETUIT! <http://t.co/FRTAA2b1> May 12, 2012

RT @mat\_echa: Kalo ini,kata Pak Sarwono Kusumaatmadja tentang @FaisalBiem <http://t.co/D4rzXlr5> hayo liat!! May 12, 2012

RT @TimFaisalBiem: Besok @FaisalBiem akan launching donasi online instan di web menggunakan kartu kredit dan kartu debit #cagubsaweran May 12, 2012

@hazpohan makasih. May 12, 2012

Alhamdulillah, nomor urut 5! Mari berdaya bareng2, nomor 5 nomor perjuangan kita semua. May 12, 2012

RT @GlennFredly: RT @anggasasongko: Kalo ini kata Pak Sarwono Kusumaatmadja ttg @FaisalBiem. Asik deh! >> <http://t.co/BmesolZ4> May 12, 2012

RT @TimFaisalBiem: @FaisalBiem mendapatkan urutan No.5 di Pilgub DKI 2012. Mari kita torehkan sejarah Jakarta! #Bdayabareng2 May 12, 2012

RT @TimFaisalBiem: [VIDEO] Testimoni Marco Kusumawijaya untuk Faisal Basri <http://t.co/dCbC6Au6> May 12, 2012

RT @TimFaisalBiem: Saat ini sedang ada syukuran lolosnya @FaisalBiem jadi cagub/wagub DKI. Acara diisi dengan "Ngelenong bareng FaisalBi ... May 12, 2012

Pengambilan nomor urut malam ini. Bismillah! May 12, 2012

RT @TimFaisalBiem: Testimoni dukungan @pandji untuk Faisal Basri

menjadi pembuka rangkaian video #Bdayabareng2. Simak TL kami jam 19.15 ... May 11, 2012

Betul. RT @SharpButSoft: tim relawan FaisalBiem terdiri dr anak2 muda yg bergerak militan dipandu idealisme mmprbaiki JKT, ini yg mbedakan May 11, 2012

Yuk! Ini perjuangan bersama. RT @MegiMargi: bagi saya gerakan calon independen sprt FaisalBiem adlh gerakan melawan korupsi politik. #mahar May 11, 2012

Ayo gabung di Tebet Barat I no. 23. RT @baem\_bazz: @FaisalBiem kami siap jadi relawan bang, utk hari esok yg lebih baik bergerak jakartaku. May 11, 2012

Tergantung ujiannya! :) RT @rayestu: Selamat pak FaisalBiem! Boleh lah untuk merayakannya nilai uas anak2 di kelas EkPol dibuat bagus2 :) May 11, 2012

Terima kasih banyak. Mari #merawatJKT, sama2. RT @tienegunawan: Selamat FaisalBiem anda mendapatkan dukungan dan suara kami sekeluarga May 11, 2012

RT @anggasongko: Let's march @pandji! @FaisalBiem lolos verifikasi dan resmi jadi CALON GUBERNUR Jakarta yg INDEPENDEN! May 11, 2012

Terima kasih teman2 warga dan @TimFaisalBiem semua. Tanpa kalian, ini sulit terwujud. Perjuangan masih panjang dan sulit, tetap semangat!! May 11, 2012

Harapan itu msh terang dan benderang. Perubahan utk Jakarta Yg Lebih Baik ada ditangan kita! Mari bersama, berdaya bareng2 utk #merawatJKT! May 11, 2012

Terima kasih! RT @detania: Congrats and Goodluck to @FaisalBiem!! You got my vote! May 11, 2012

Mari! Bersama! RT @E\_Sanjaya: Selamat buat abang FaisalBiem yg sdh lolos sbg CAGUB DKI 2012 - 2017 mari #BdayaBareng2 untuk #merawatJKT May 11, 2012

Dukungan sah mnurut KPUD DKI adalah 480 ribu! Mari bergerak bersama, kita kapitalisasi 1juta dukungan menjadi kemenangan! Kemenangan warga! May 11, 2012

Alhamdulillah, kita lolos! Terima kasih atas doa dan dukungannya semua. Perjuangan masih berlanjut, mari berdaya bareng2 utk #merawatJKT ! May 11, 2012

Amien! Mari bergerak! RT @TimFaisalBiem: Alhamdulillah @FaisalBiem lolos sebagai peserta Pilgub DKI Jakarta 2012-2017 oleh KPUD DKI Jakarta May 11, 2012

RT @TimFaisalBiem: Insya Allah acara menunggu bareng warga tersebut jg dihadiri Wanda Hamidah dan Bondan Gunawan cc: @wanda\_hamidah May 11, 2012

RT @TimFaisalBiem: @pharewa hari ini jam 14, alamatnya lihat twit sebelumnya May 11, 2012

RT @TimFaisalBiem: Acara menunggu bareng warga tersebut akan diadakan di Jl. Bekasi Timur II Dalam, Gang SS, RT.013/RW. 004, Kel. Rawa B ... May 11, 2012

RT @TimFaisalBiem: Juga akan hadir Teten Masduki yg akan turut serta mendampingi @FaisalBiem bersama warga menunggu pengumuman KPUD May 11, 2012

RT @TimFaisalBiem: Yuk simak testimoni @Pandji ttg Faisal Basri di URL ini <http://t.co/r7nbPff7> May 10, 2012

Amien RT @wayudinejad: Semoga bsok lolos bang! RT @FaisalBiem: terima kasih. Kita maju bersama, berdaya bareng-bareng utk #merawatJkt! May 10, 2012

@tegarid terima kasih mas Tegar. May 10, 2012  
 Terima kasih banyak RT @baskara8: FaisalBiem My Family will vote for you Pak :) May 10, 2012  
 Sekali lagi terima kasih. Kita maju bersama, berdaya bareng-bareng utk #merawatJkt! May 10, 2012  
 Nanti malam akan ada acara doa bersama di Rumah Independen di Jl. Tebet Barat I no 23, Jaksel jam 19.30. Sila hadir, kita berdoa bersama. May 10, 2012  
 Rencana pengumuman KPUD ttg cagub dan cawagub DKI secara resmi akan dilaksanakan besok. Mohon doa dan dukungan teman2 semua. May 10, 2012  
 Kpd warga DKI, mohon doa agar kita bisa bersama-sama memperjuangkan keberdayaan kita bersama dgn lolos sebagai calon Gubernur DKI Jakarta. May 10, 2012  
 RT @curatengil: @FaisalBiem kalo berhasil jadi pasangan gubernur, tolong tingkatkan fasilitas utk pedestrian, ketatkan sanksi utk pemoto ... May 10, 2012  
 RT @TimFaisalBiem: Buat pengguna perangkat mobile, web @FaisalBiem juga dibuat versi mobile, bisa dibuka di <http://t.co/RgS0IC53> May 08, 2012  
 RT @TimFaisalBiem: Yang penasaran dengan iklan @FaisalBiem , silakan simak video YouTube ini <http://t.co/1gOIXux3> [versi kecil] May 08, 2012  
 RT @ucul\_cicuitte: cc : @juriaruni @timfaisalbiem [Iklan] @faisalbiem , Berdaya Bareng - Bareng Torehkan ...: <http://t.co/o8FxJZAU> via ... May 08, 2012  
 Mksh banyak. RT @romunass: @TimFaisalBiem Transfer BERHASIL 1260010008810/FAISAL BATUBARA Rp150,000 tgl 07-05-12 jam 13:39:32 Ref:510151583 May 07, 2012  
 RT @TimFaisalBiem: @romunass @faisalbiem ke BCA no rek: 5240295131 atas nama Faisal Batubara, terimakasih atas bantuannya. mari berdaya ... May 07, 2012  
 cc: @TimFaisalBiem mksh mas RT @romunass: faisalbiem saya sebarakan sumbangan Rp 10.000 ada yg nanya no rekbnya May 07, 2012  
 Orang miskin menyumbang dari kekurangannya, orang berpunya menyumbang dari kelebihanannya. Kami tak bisa tinggal diam. May 04, 2012  
 Pengorbanan warga selama ini sudah teramat besar utk melanjutkan perjuangan. Betapa malu kalau kami hanya berpangku tangan. May 04, 2012  
 Pengorbanan kami tak ada artinya ketimbang derita warga tak berkesudahan akibat pemimpinnya disandera oleh kepentingan partai dan elitnya. May 04, 2012  
 Kalau pemimpin terbelenggu oleh partai dan pemodal, rakyat akan lebih sengsara. Itu bukan pemimpin namanya. May 04, 2012  
 Ada yg harus dipertaruhkan utk bebas dari belenggu partai2 dan pemodal yg tak henti meminggirkan warga. May 04, 2012  
 Jangan berharap orang lain mau berkorban utk perjuangan kita jika kita sendiri tak mau berkorban. Jangan pernah mengemis kpd bandar jahat. May 04, 2012  
 @HilmawaN\_S makasih. Yuk, bareng2 yah. May 02, 2012  
 @HilmawaN\_S mdh2an 800 relawan kita bisa maksimal utk kawal perhitungan dan bisa bertambah terus. Amien. May 02, 2012  
 Betul. Amien. RT @PraPuspa: @FaisalBiem semoga kalo bapak terpilih semuanya bisa diatasi, jakarta butuh udara segar Pak, bkn gedung2 lagi :) May 02, 2012  
 @PraPuspa memang hrs dikurangi mini market di jakarta. Dari 2000an



jmlhnya, lebih dr setengahnya bermshl perijinannya. Bnyk tdk taat aturan.  
May 02, 2012

RT @TimFaisalBiem: @faisalbiem akun pribadi, @timfaisalbiem akun tim kampanye faisalbem, itu bedanya. May 01, 2012

Semangat! RT @yerwwaja: Trims jwbannya. Cu hari ini depan istana kalau begitu :)"@FaisalBiem: @yerwwaja bisa. Yg penting konsisten. May 01, 2012

Sama2 RT @JakartaToday: Terima kasih utk jawabannya FaisalBiem. Sudah kami teruskan ke follower JT :) May 01, 2012

@Bachtiarkas Nah! Maka keberdayaan warga mnjd penting. Gub Independen berdayakan warga dan kebijakan jg m'arah kesana. Itu berdaya bareng2. May 01, 2012

@yerwwaja ya, karena tunduk pada hukum itu harus dicontohkan. May 01, 2012

@JakartaToday dan itu salah satu program dari kami utk wujudkan keberdayaan warga. Berdaya bareng2 utk #merawatjkt. May 01, 2012

@JakartaToday membangun perumahan/apartemen di tengah kota, yg murahdan terjangkau utk pekerja mengurangi biaya hidup utk transportasi dll. May 01, 2012

@JakartaToday kaum buruh/pekerja hrs lbh sejahtera. Dgn upah yg di atas KHL, tdk malah tergerus o/ biaya hidup yg tinggi krn kebijakan. May 01, 2012

@yerwwaja bisa. Yg penting konsisten. May 01, 2012

@Bachtiarkas Yg sdh berjalan, tetap berjalan. Hnya utk pekerjaan2 proyek2 yg ada di tingkat pemukiman, bs di dorong warga yg lakukan. May 01, 2012

@yerwwaja seharusnya, outsourcing itu pekerjaannya, bukan orgnya. Pengawasan penerapan UU 13/2003 yg lemah. Desak dinaskertrans utk lakukan! May 01, 2012

@yerwwaja yg ideal adlh minimal 10-15% selalu berada di atas kebutuhan hidup layak. Yg perlu di perhatikan adlh formulasi menghitung KHLnya. May 01, 2012

RT @CokiSinggih: @FaisalBiem Panangian Simanungkalit prnh bahas ttg properti tngk kota scr ckp komprehensif dlm bukunya 7 th silam mas, ... May 01, 2012

Itu esensi dari berdaya bareng-bareng. Sekian dan sekali lagi, selamat hari perjuangan para buruh seluruh dunia. May 01, 2012

Itu bisa terwujud dgn sinergi antara pengelola kota dgn warganya. Sistem Anggaran berbasis warga, oleh warga dan utk warga. May 01, 2012

Skeptisisme perlu sbg kontrol dan evaluasi. Tapi sejujurnya bhw ide2 progresif utk JKT itu perlu utk dobrak paradigma membangun tanpa hati. May 01, 2012

Harus. RT @IrvanLubis: @FaisalBiem conth kasus : rusunami subsidi. Yg beli mayoritas investor. Dan bs beli unit banyak. Bisa dihalangi? May 01, 2012

Mari Berdaya Bareng-bareng utk #merawatjkt. May 01, 2012

Membangun tanpa "menggusur" mnjd agenda+cita2 besar kita dlm "Berdaya Bareng2". Gusur bangunan mgkn, Jgn gusur manusia dan kepemilikannya. May 01, 2012

Hasil gusuran tdk sebanding dgn biaya hidup mrk sesudahnya jika terpinggirkan. Meratakan kue ekonomi ke daerah sekeliling JKT pilihan bijak. May 01, 2012

Terkait piramida penduduk, yg paling banyak adlh umur keluarga baru. Jgn pinggirkan mrk ke luar kota. Bangun pemukiman murah di dlm kota. May 01, 2012

Selamat hari buruh. Perjuangkan kesejahteraan. Pemukiman yg dekat dgn pusat ekonomi+perhentian transportasi publik, ringankan biaya hidup.

May 01, 2012

RT @TimFaisalBiem: Selamat sore Sahabat Independen, sesaat lagi simak tweet @faisalbiem mengatasi Banjir di DKI hanya di @timfaisalbiem Apr 30, 2012

RT @TimFaisalBiem: KabarTekno : Kultwit Faisal Biem Tentang Transparansi Anggaran Direspon Meriah Di Twitter: <http://t.co/hvwKrXGc> Apr 27, 2012

RT @TimFaisalBiem: Simak sesaat lagi TL @faisalbiem Mengenai Transparansi Anggaran DKI JKT. Apr 27, 2012

RT @TimFaisalBiem: Now ! at RCTI "Berani Pimpin Jakarta" | ada H. Biem Benjamin, Cawagub independen DKI Jakarta 2013-2018. Don't miss i ... Apr 26, 2012

@endangpm insya Allah. Apr 26, 2012

@sintyaDS wa alaikumussalam. Salam utk teman2 kampung kramat. Apr 26, 2012

Merawat #bening, menghimpun asa, merajut cita. Apr 26, 2012

@MikoRaharja bot itu apa? Apr 26, 2012

Kebakaran di kenari. Sedih melihatnya. Ditambah ada kordinator kecamatan dan kelurahan tim kami yg ikut menjadi korban. Mari bantu. Apr 25, 2012

Sama2. RT @ruangjakarta Terima kasih sekali lg utk cagub @FaisalBiem krn berkenan jawab #tanyacagub edisi #megapolitan. Apr 23, 2012

@ruangjakarta Mohon maaf sekali lagi atas keterlambatan. semoga bermanfaat. Selamat sore. Apr 23, 2012

@ruangjakarta Sementara begitu jawaban saya. Mohon maaf jika krg berkenan. Silakan kritisi, agar saya dpt lbh pahami ttg BKSP. Apr 23, 2012

@ruangjakarta Mendorong adanya kepastian anggaran yg berkelanjutan bagi BKSP dari pos2 APBD daerah masing2. Demikian. Apr 23, 2012

@ruangjakarta DKI akan dorong penuh inisiasi kegiatan2 BKSP terkait mslh tata ruang, transportasi, persampahan, pengendalian banjir, dsb Apr 23, 2012

@ruangjakarta JKT hrs dorong Kemendagri ambil kepemimpinan BKSP secara permanen, agar ada otoritas tertinggi dan memiliki ororitas memaksa. Apr 23, 2012

@ruangjakarta 3). Bgmn caranya memperkuat BKSP dlm menghasilkan keputusan strategis? #tanyacagub Apr 23, 2012

@ruangjakarta Posisi Jakarta sebagai pusat ekonomi yg mau berbagi, tidak serakah, krn JKT sdh kelebihan beban+daya tampung dari brbg fungsi. Apr 23, 2012

@ruangjakarta JKT hrs menjadi inisiator dlm BKSP, krn kpntngan dan posisi JKT sbg daerah hilir, bgtpun dlm anggaran+hub dgn pemerintah pusat Apr 23, 2012

@ruangjakarta Jkt harus bisa mendorong terbangunnya pusat industri dan pusat2 ekonomi baru di kota2 di luar Jakarta, sehingga bisa merata. Apr 23, 2012

@ruangjakarta Yg pasti, harus segera tercipta Jakarta dan kota tetangganya yg saling berbagi kemakmuran dan kesejahteraan. Apr 23, 2012

@ruangjakarta 2) Bgmn strategi cagub utk mengintegrasikan Jakarta dgn kota baru? Saya blm berfikir adanya kota baru utk 5-10th mendatang. Apr 23, 2012

@ruangjakarta 3. Mengatur anggaran sendiri yg akan di berikan melalui APBD DKI, melalui pos anggaran Bapeda DKI Apr 23, 2012

@ruangjakarta 2. Mengambil keputusan strategis dgn berkonsultasi lbh dahulu pd Gub DKI hal2 yg berkaitan dgn hub antara DKI dan bodetabekjur Apr 23, 2012

@ruangjakarta berkaitan dgn kewenangan yg akan didelegasikan: 1. Kewenangan utk berkoordinasi dgn pemda lain dan Pemerintah Pusat Apr 23, 2012

@ruangjakarta Penataan mencakup otoritas, pengorganisasian, pembiayaan kerjasama agar kerjasama dpt secara optimal selesaikan brbagai masalah Apr 23, 2012

@ruangjakarta Untuk itu maka revitalisasi kelembagaan BKSP Jabodetabekjur perlu dan mendesak untuk ditata ulang. Apr 23, 2012

@ruangjakarta fungsi BKSP tsb belum berperan optimal dalam menyelesaikan masalah2 yang dihadapi oleh daerah Jabodetabekjur. Apr 23, 2012

@ruangjakarta 1. BKSP Jabodetabekjur telah sejak lama dibentuk karena lembaga tersebut dianggap menjadi kebutuhan bagi wilayah ini. Apr 23, 2012

@ruangjakarta 1. BKSP perlu penguatan delegasi kewenangan. Apakah yg akan didelegasikan Pemprov DKI? #tanyacagub Apr 23, 2012

@ruangjakarta saya coba jawab di sela-sela kesibukan. Jadi mohon diberikan masukan jika ada yg krg berkenan. Apr 23, 2012

@ruangjakarta Sebelumnya saya minta maaf atas keterlambatan respond utk menjawab #tanyacagub edisi lalu. Apr 23, 2012

RT @TimFaisalBiem: Mau tahu Visi & Misi @faisalbiem buka web: <http://t.co/SiA6ngOj>, FB: faisal-biem Apr 18, 2012

RT @TimFaisalBiem: Silakan nikmati Twitter Client persembahan dari @FaisalBiem dimana Anda bisa ngetwit dan aktivitas lainnya di [http:// ...](http://...) Apr 17, 2012

RT @KabarJKT: Faisal Basri Galang Donasi Online Melalui Website Yang didukung Kartu Kredit Dan Kartu Debit <http://t.co/uE9t9Ydh> Apr 17, 2012

@Istas\_K Tdk apa2, tetap ikhtiar. Kami jg akan buat survey sendiri utk internal kami. Mksh doanya. Apr 17, 2012

@dirlady\_11 terima kasih. Apr 17, 2012

Optimisme semakin tinggi. Optimisme akan keberdayaan bersama dalam pengelolaan kota sebagai sebuah komunitas sosial yg berkeadilan. Mari! Apr 17, 2012

RT @info\_Jakarta: Faisal Basri Berhasil Galang Relawan Hampir 300 Orang Dari Media Online <http://t.co/Dsxk4MuZ> Apr 16, 2012

RT @GlennFredly: Maju terus kawan! RT @anggasasongko: YIHAA!! 1 JUTA KTP ITU SESUATU, JENDERAL!! @FaisalBiem @pandji @GlennFredly #Indepe ... Apr 16, 2012

@winkobabat terima kasih. Apr 15, 2012

@winkobabat Yg psti, anak muda Indonesia jgn berpangku tangan menonton carut marut bangsanya. Berbuat sesuatu utk perbaikan, sekecil apapun. Apr 15, 2012

RT @chicohakim: Thn 1977 Benyamin menciptakan lagu berjudul 'Pungli', yg mengkritik praktek pungutan liar yg dilakukan aparat pemerintah ... Apr 15, 2012

RT @chicohakim: 20 thn sebelum Iwan Fals melancarkan protes via Bento & Bongkar (1990), Benyamin sdh melakukannya dgn lagu 'Digusur'. #B ... Apr 15, 2012

RT @Reiza\_Patters: RT @KabarJKT: KabarNusantara : Jambi Stop Ijin Pendirian Minimarket: <http://t.co/NMYtG7i8> Apr 13, 2012

Demikian jwbn2 atas pertanyaan dari rekan2 @ruangjakarta yg lalu. Mohon maaf jika bnyk kekurangan, sila di kritisi. Terima ksh. #tanyacagub

Apr 13, 2012

Target 1 tahun berfokus pd penciptaan lingkungan yg menuntut transparansi penggunaan kekayaan negara. #tanyacagub Apr 13, 2012

3. Semua pejabat dari Gubernur hingga lurah, hrs laporkan kekayaan pribadi dan dikelola dlm sbuah sistem database yg transparan.

#tanyacagub Apr 13, 2012

Dengan sistem ini, penggunaan transaksi kas (cash) yang rawan korupsi dapat dikurangi, dan dapat dipantau oleh PPATK. #tanyacagub Apr 13, 2012

2. Transaksi + perpajakan berbasis elektronik sdh 50% diterapkan. Hotel dan restoran sudah menggunakan sistem ini. #tanyacagub Apr 13, 2012

1. Pusat layanan perijinan 1 pintu sdh terbentuk dan beroperasi di 6 wil DKI (skrg baru di Jakpus, yg lain baru dipersiapkan). #tanyacagub Apr 13, 2012

Dalam 1 tahun, akan diusahakan pencapaian sebagai berikut: Apr 13, 2012

6. Konsultasi dan rencana peningkatan layanan pemerintahan hingga tingkat kelurahan. #tanyacagub Apr 13, 2012

5. Nota kesepahaman kerjasama dgn Bank DKI dlm tata ulang pengelolaan transaksi keuangan pemprov sbg usaha hapus praktek pungli. #tanyacagub Apr 13, 2012

4. Rencana efisiensi belanja rutin, berdasarkan analisis APBD dan aset pemerintahan, dgn target fasilitas pejabat publik. #tanyacagub Apr 13, 2012

3. Inventarisasi aset-aset Pemerintah Daerah DKI Jakarta. #tanyacagub Apr 13, 2012

Mengumumkan kepada publik rencana detail penggunaan APBD disandingkan dengan rencana-rencana pembangunan. #tanyacagub Apr 13, 2012

2. Inisiatif transparansi APBD 2013, dgn secara aktif mendorong sisi permintaan (demand side) atas transparansi. #tanyacagub Apr 13, 2012  
Seperti: KPK, UKP4, KPPU, LKPP, Direktorat E-Government Kominfo dan lain sebagainya. #tanyacagub Apr 13, 2012

7. Dlm 100 hari pertama ditargetkan: 1. MoU dgn brbgi lembaga pem pusat trkait dgn reformasi birokrasi+percepatan pembangunan.

#tanyacagub Apr 13, 2012

Jika dimgknkan, bkrjsama dgn Badan Kepegawaian Nasional utk salurkan kelebihan pegawai ke Kementrian/Lembaga Negara yg lain. #tanyacagub Apr 13, 2012

Menerapkan key performance indicator berbasis individu agar efisiensi dan efektifitas prjaan birokrasi bisa diukur dgn baik. #tanyacagub Apr 13, 2012

6. Membangun sistem audit & assessmen berkelanjutan trhdp tupoksi + port folio pekerjaan hingga level terbawah utk efisiensi. #tanyacagub Apr 13, 2012

Masy hrs mau gunakan mekanisme pelaporan yg memudahkan yg akan dibangun sehingga proses pengawasan dan penindakan dpt brjlan.

#tanyacagub Apr 13, 2012

Masy jg hrs lbh aktif utk tahu dan paham ttg aturan, tdk melanggar dan pd akhirnya tdk mendorong terjadinya KKN dgn suap, dsb. #tanyacagub Apr 13, 2012

Masy hrs terlibat dlm pengawasan pengelolaan+penggunaan APBD.

Semakin kritis masyarakat, semakin kecil potensi KKN. #tanyacagub Apr 13, 2012

5. Masy dpt membantu pmberantasan KKN dgn terlibat aktif lewat forum2

musrenbang, dll, utk kawal proses perencanaan pembangunan.

#tanyacagub Apr 13, 2012

DPRD harus lebih kedepankan agenda warga yg diwakilinya drpd hny kpntingan prtai semata. Itu esensi yg tertinggi levelnya. #tanyacagub Apr 13, 2012

DPRD hrs transparan dgn umumkan konflik kepentingan anggotanya yg mgkn trjd dlm proses pengambilan keputusan. #tanyacagub Apr 13, 2012

Fungsi pengawasan DPRD hrs ditingkatkan utk awasi kinerja Pemprov DKI dlm kaitannya dgn penggunaan anggaran. #tanyacagub Apr 13, 2012

Penyusunan APBD dilakukan trbuka. Tiap mata anggaran hrs detail komponen+fungainya +dpt diakses dan dikritisi masy sbm disahkan #tanyacagub Apr 13, 2012

4. Krjsm Pemprov & DPRD hrs dilakukan dgn penyusunan APBD yg brdsarkan aspirasi warga lwt forum2 musrenbang+dialog2 publik lain.

#tanyacagub Apr 13, 2012

Setiap pejabat yg terkait dgn pngambilan kptusan wajib membuat pakta integritas dgn KPK, BPK, BPKP +brsedia diperiksa se-waktu2. #tanyacagub Apr 13, 2012

3. Yg penting adlh mrk wajib mndeklarasikan konflik kpntngan yg mrk miliki, tdk melibatkan mrk dlm pngambilan kputusan terkait. #tanyacagub Apr 13, 2012

Membangun mekanisme pengawasan internal utk melakukan pemantauan rutin atas harga2 pasar yg berkelanjutan. #tanyacagub Apr 13, 2012

2. Kami akan bkrjasma dgn KPPU + KPK dlm hal pengawasan pengadaan barang&jasa, trmasuk mkanisme pnunjukkan lgsung+belanja rutin.

#tanyacagub Apr 13, 2012

Sangsi tegas hingga pemecatan kpd pegawai pemprov yg menerima gratifikasi ataupun melakukan pungutan liar hrs ditegakkan. #tanyacagub Apr 13, 2012

1. Gratifikasi+pungutan liar pd playanan publik dicegah dgn: transparansi aturan, pemudahan proses, implementasi e-gov lbh luas. #tanyacagub Apr 13, 2012

@ruangjakarta mohon maaf baru bisa merespon sekarang. Saya akan coba menjawab pertanyaan2nya. Semampu saya. #tanyacagub Apr 13, 2012

Waktu Maghrib telah masuk. Mari #PrayForAceh #PrayForSumatra dan sodara2 kita di sana stlh ibadah kita. Amien Allahumma amien. Apr 11, 2012

#PrayForAceh #PrayForSumatra #PrayForAceh #PrayForSumatra

#PrayForAceh #PrayForSumatra #PrayForAceh #PrayForSumatra Apr 11, 2012

@m3yriana perlu diperbanyak dan tingkatkan pelayanan. Kereta dan bus hrs jadi prioritas. Apr 11, 2012

Semoga gempa di Sumatra tdk jadikan Tsunami. Berdoa utk keselamatan sodara2 di Sumatra. Amien ya Rabb. Apr 11, 2012

RT @detikforum: Jawaban @FaisalBiem mengenai langkah konkrit mengurai kemacetan, menangani banjir &sterilisasi lokasi mesum ada di sini ... Apr 10, 2012

RT @azmanmoe: @FaisalBiem Live chat di <http://t.co/Xune5fTI>, menjawab pertanyaan msy soal Jakarta..now now <http://t.co/SYvP78hZ> Apr 10, 2012

Dokter mata yg tak bersedia disebutkan namanya, di RS Aini, urunan Rp 200.000 utk faisal-biem. Terima kasih banyak Pak dokter. Apr 08, 2012

Orang miskin beramal dari kekurangannya. Semoga berkah selalu mengalir kian deras kepada Pak sopir dan keluarga. Apr 08, 2012

Sopir taxi Bluebird tak mau dibayar. Haru sekali. Saya akan kenang sepanjang hayat. Pak sopir rindu perubahan yg nyata. Apr 08, 2012

@roysalam Jika hati selalu #bening, pagi selalu menyapa, selalu segar dan optimistik hadapi hidup. Apr 07, 2012

Hitam hatimu, hitam hidupmu. #bening sisihkan hitam. Apr 07, 2012

@arifin\_lie ke tebet barat I No.23. Sebelah sma 26. Terima kasih banyak. Apr 07, 2012

Embun pagi basahi rerumputan. #bening hadirkan damai di hati. Apr 07, 2012

RT @ekoeko8: @putulxmpendit "@fadjroel: Faisal:Jkt Perlu Perpustakaan dan Gedung Kesenian Internasional <http://t.co/oQ4X95VU> via @Pedoman ... Apr 06, 2012

@RadjoAlam sila dtg ke rumah independen, jl. Tebet Raya I no. 23 Tebet jaksel. Terima kasih. Apr 06, 2012

@ruangjakarta #tanyacagub saat ruang2 bersama sdh terbangun, didukung oleh transportasi publik, kampanye bisa diperluas, tdk hanya CFD. Apr 06, 2012

@ruangjakarta #tanyacagub CFD adlh bentuk kampanye pengurangan emisi dan mengurangi penggunaan kend pribadi+ pemanfaatan sbg ruang bersama. Apr 06, 2012

@ruangjakarta #tanyacagub oh iya, ada pertanyaan ke 6 yg belum di jawab. Pada prinsipnya maksimalisasi ruang bersama lbh prioritas. Apr 06, 2012

@ruangjakarta #tanyacagub demikian yg bisa disampaikan. Lebih kurangnya, sila dikritisi agar bisa menambah pemahaman kami. Terima kasih. Apr 06, 2012

@ruangjakarta #tanyacagub Pengelolaan museum hrs mnjd bagian strategi pariwisata, pelayanan pendidikan, sekaligus pengelolaan identitas JKT. Apr 06, 2012

@ruangjakarta #tanyacagub idealnya, museum hrs miliki "business plan" yg jelas, rencana yg jangkau masy utk bangun kpmilikan+basis donasi. Apr 06, 2012

@ruangjakarta #tanyacagub 5. Museum di Jkt slama ini blm jelas perannya antara sbg tempat exhibisi atau tempat penyimpanan artefak belaka. Apr 06, 2012

@ruangjakarta #tanyacagub Ttp hrs realistis, krn brhubngn dgn keseimbangan kpntingan publik+privat yg buruk akibat pngelolaan ruang sblmnya Apr 06, 2012

@ruangjakarta #tanyacagub 4. Meski berbeda secara makna, ideal persentasi ruang bersama itu sebesar ruang terbuka hijau, 30%. Apr 06, 2012

@ruangjakarta #tanyacagub dgn kata lain, secara bertahap, halaman2 kantor utama pemerintahan juga perlu ditata ulang. Apr 06, 2012

@ruangjakarta #tanyacagub acara rutin jumpa warga dgn Gub/walikota/bupati+anggota DPRD, pameran+kegiatan sosbudaya, promosi UKM, dll. Apr 06, 2012

@ruangjakarta #tanyacagub Ada aktivitas utama utk promosikan kembali ruang publik di halaman2 kantor utama pemerintahan spt balaikota,sprti: Apr 06, 2012

@ruangjakarta #tanyacagub Namun hrs mnjdi prinsip, smua kantor utama DKI Jakarta (Balaikota, 5kota+1Bupati) adlh bagian dari ruang bersama. Apr 06, 2012

@ruangjakarta #tanyacagub Balaikota seperti diletakkan steril dari kehadiran masyarakat. Apr 06, 2012

@ruangjakarta #tanyacagub 3. Secara prncanaan spatial sblmnya,

sbarnya sdh tdk mgkn mnjdikan halaman balaikota Pemprov mnjdi ruang bersama. Apr 06, 2012

@ruangjakarta #tanyacagub sehingga fasilitas dasar dlm ruang2 publik itu sesuai dgn aspirasi warga, sprti ruang publik tingkat komunitas. Apr 06, 2012

@ruangjakarta #tanyacagub Hrs ada semacam konsultasi publik ttg kegunaan yg diharapkan atas ruang2 publik.. Apr 06, 2012

@ruangjakarta #tanyacagub Salah satu cara adalah mewajibkan pengelola gedung2 privat membuka taman2 kota (mini) dan ruang terbuka hijau. Apr 06, 2012

@ruangjakarta #tanyacagub utk pastikan terciptanya 30% RTH utk jakarta, hrs terjadi dgn bangun keseimbangan kpntingan publik dan privat. Apr 06, 2012

@ruangjakarta #tanyacagub .. b. Serta ruang terbuka hijau (termasuk hutan kota). Apr 06, 2012

@ruangjakarta #tanyacagub 2. Strategi penciptaan ruang bersama dilakukan melalui a. embangunan/revitalisasi taman2 kota (square/esplanade) Apr 06, 2012

@ruangjakarta #tanyacagub Ruang bersama hrs dpt dibuat di pusat-pusat kota dan komunitas serta hrs mnjadi komponen perencanaan ruang (RTRW) Apr 06, 2012

@ruangjakarta #tanyacagub Ruang bersama adalah aspek penting dlm "citizenship", membuat orang memiliki rasa kebersamaan sebagai warga kota. Apr 06, 2012

@ruangjakarta #tanyacagub ....terutama untuk interaksi sosial dan kultural, namun juga politik dan komersial. Apr 06, 2012

@ruangjakarta #tanyacagub 1. Ruang bersama atau ruang publik adlh lahan perkotaan yang dijaga n dibuat u dapat digunakan oleh semua warga... Apr 06, 2012

@ruangjakarta mohon maaf karena baru sempat berpartisipasi utk #tanyacagub nya dan saya jawab semampunya. Apr 06, 2012

@DenySidharta bisa kirim ke jl. Tebet Barat I no. 23 Tebet Jaksel. Terima kasih banyak. Apr 05, 2012

Terima kasih pd sluruh warga yg mendukung, mngirimkan KTP dan mengisi form dukungan. Ini perjuangan bersama, berdaya bareng2 utk #merawatJkt Apr 05, 2012

RT @TimFaisalBiem: Hingga tanggal 9 April 2012, kami akan terus menambah jmlh KTP yg diserahkan ke KPUD, sesuai persyaratan konstitusi Apr 05, 2012

RT @TimFaisalBiem: Jumlah sementara #dukunganKTP yg diserahkan hari ini: 289.134 KTP Apr 05, 2012

RT @TimFaisalBiem: Penyerahan tambahan dukungan KTP dimulai tadi siang pukul 14.30, saat ini sdg menyerahkan dr JakBar dan JakUt #dukung ... Apr 05, 2012

RT @TimFaisalBiem: Jakpus, 38.352 KTP, Timur , 101.785 KTP, Selatan 45.058 KTP, Barat 46.880 KTP, dan utara 57.059 KTP #dukunganKTP Apr 05, 2012

RT @TimFaisalBiem: @FaisalBiem hari ini menyerahkan tambahan dukungan KTP ke KPUD Jakarta. Dgn rincian sbb: Apr 05, 2012

RT @azmanmoe: Semakin banyak KTP dari @FaisalBiem kami kirim ke KPU sore ini <http://t.co/P7Qyg2iI> Apr 05, 2012

RT @azmanmoe: Tim @FaisalBiem sedang serahkan KTP hari ini, 300 ribu dan akan terus berikan KTP hingga 9 april <http://t.co/vrpXShOQ> Apr 05, 2012

@dee\_arif mulai hari ini kita sdh kirimkan KTP ke KPUD, sampai tgl 9 April.

Mohon doa dan dukungan. Trima ksh. Apr 05, 2012

Titik terparah ada di RT 02, 03, 04, 05, 013. Mudah2an sgera surut, teman2 @TimFaisalBiem sdh bergerak, yg mau titip bantuan silakan kontak. Apr 03, 2012

Barusan dpt info warga Kedoya terkena banjir. Lokasi jl. Adi Karya Kedoya Selatan. Yg mau beri bantuan, mention @TimFaisalBiem Apr 03, 2012

