

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Gerindra merupakan parpol yang secara masif menggunakan sosial media sebagai sarana komunikasi dengan publiknya. Khususnya dalam twitter, Gerindra memiliki jumlah *followers* terbanyak dibandingkan partai lainnya. Hasil survei *National Leadership Centre* (NLC), memperlihatkan bahwa Gerindra mengalami peningkatan elektabilitas diiringi naiknya peningkatan suara yang mencapai angka 300 persen dibandingkan pemilu 2009. Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh peneliti, dihasilkan bahwa pengukuran kualitas hubungan dengan indikator kepercayaan (*trust*), kontrol mutualitas (*control mutuality*), komitmen (*commitment*), dan kepuasan (*satisfaction*) antara partai Gerindra dan *followers*-nya selama masa pemilu legislatif 2014 dalam interaktivitas yang terjadi pada twitter @Gerindra, memiliki kualitas hubungan yang memenuhi keempat indikator pengukuran dalam kualitas, namun menunjukkan hasil yang tidak *excellence*.

Indikator tertinggi yaitu komitmen (*commitment*) (44.7%) dengan penonjolan pesan persuasif (6.2%), pesan informatif (3%), dan *event* (3.2%), sedangkan pada *followers*, komitmen adalah indikator tertinggi kedua (24.4%) dengan konten pesan informatif (2.6%) dan pesan persuasif (1%). Gerindra membentuk hubungan dengan *followers*-nya untuk layak dipertahankan dan dipromosikan melalui komitmen berkelanjutan dan komitmen emosional yang dibangun untuk mendapatkan komitmen dari *followers* dalam mendukung Gerindra. Sedangkan, komitmen (*commitment*) dari *followers* bernilai tidak sebanding karena komitmen cepat berubah yang disebabkan oleh adanya pembentukan komitmen parpol tidak sesuai dengan tindakan yang dilakukan, terbukti dari rendahnya pendidikan politik yang ditransmisikan Gerindra kepada *followers* (5.6%) dan *followers* hanya membahas 1.7%. Pendidikan politik partai dapat meningkatkan komitmen

followers sebagai konstituen. Komitmen hanya dibagikan parpol saat masa kampanye untuk mendapat dukungan suara.

Kepercayaan (*trust*) adalah indikator tertinggi kedua yang dibangun Gerindra (24.4%) dalam hubungan dengan *followers*nya melalui penonjolan pesan yang berkaitan dengan citra partai (9.2%) dan tokoh yang diusung (8.2%), bila dari pihak *followers*, kepercayaan (*trust*) (15.1%) dengan pesan yang berkaitan dengan citra parpol (2.3%) dan tokoh yang diusung (6.5%) adalah indikator tertinggi ketiga. Gerindra membangun hubungan dengan kepercayaan (*trust*), namun *followers* masih memiliki kepercayaan (*trust*) yang lebih rendah oleh karena pesan yang berasal dari *followers* masih menunjukkan pesan citra partai (0.5%) dan tokoh negatif (0.2%). Terlalu kuatnya pencitraan politik yang dilakukan parpol tanpa melihat esensi ideologisasi politik berakibat kepercayaan rakyat menurun (Bakrie, 2011). Secara keseluruhan menunjukkan bahwa Gerindra lebih menonjolkan citra partai dan tokoh yang diusung, sedangkan *followers* banyak mengangkat konten pesan informatif.

Kontrol mutualitas (*control mutuality*) adalah indikator tertinggi ketiga (18%) dalam hubungan dengan *followers*nya dengan transmisi pesan informatif (3.8%), bila dari pihak *followers*, kontrol mutualitas (*control mutuality*) (28.3%) yang tercermin dari pesan informatif (12.5%) adalah indikator tertinggi. Gerindra sebagai partai politik membangun kontrol mutualitas dengan publik untuk ikut serta dalam aktivitas partai dan menjadi bagian dalam proses pengambilan keputusan partai untuk kepentingan bersama, melalui twitter @Gerindra tetapi masih memegang kontrol atas hubungan tersebut. *Followers* ingin ikut serta dalam proses pengambilan keputusan berkaitan dengan kepentingan bersama dengan cara diikutsertakan untuk berbicara memberi pendapat, ini adalah komunikasi dialogis yang dilakukan oleh *followers* kepada Gerindra melalui twitter. Adanya kontrol mutualitas yang tinggi, membuat komitmen dan kepercayaan akan meningkat.

Kepuasan (*satisfaction*) adalah indikator terendah yang dibangun Gerindra (4.4%) melalui pesan tertinggi emosional (1.4%) . Demikian pula halnya dengan *followers* (3.9%) terhadap citra tokoh yang diusung (1.2%). Hasil ini menunjukkan bahwa diantara keduanya tidak ada pesan yang menonjolkan ekspektasi positif dan harapan yang terjawab melalui twitter @Gerindra. Kepuasan yang rendah berasal dari rendahnya komitmen, kepercayaan, dan kontrol mutualitas.

5.2. Saran

5.2.1 Saran Akademis

Dari penelitian ini, peneliti menemukan hal yang dapat dikaji pada penelitian berikutnya, yaitu :

1. Penelitian pengukuran kualitas hubungan melalui metode yang berbeda, yakni secara survei, untuk melihat bagaimana hubungan antara partai politik dan publiknya.
2. Penelitian ini diteruskan hingga pemilu presiden berlangsung, sehingga hubungan yang sebenarnya akan terlihat, oleh karena parpol berbeda dengan organisasi biasa yang selalu konsisten dalam melakukan aktivitasnya.

5.2.2. Saran Praktis

Dari hasil penelitian, maka beberapa hal yang dapat disarankan bagi partai politik dalam meningkatkan kualitas hubungan :

1. Parpol di Indonesia, dapat melakukan pengukuran hubungan, khususnya melalui sosial media sejak masa kampanye hingga pemilu
2. Parpol lebih memperhatikan pesan yang disampaikan kepada publiknya, yakni dengan mengacu kepada indikator pengukuran hubungan *trust, control mutuality, satisfaction, dan commitment*.
3. Penelitian Analisis Isi Twitter partai politik untuk menentukan publik laten dan aktif, sehingga organisasi dapat menyusun strategi untuk jenis-jenis publik tersebut.