



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN – PT No. 451/SK/BAN – PT/Akred/S/XI/2014

**Pemanfaatan Twitter oleh Donald Trump dalam Pilpres
Amerika Serikat 2016**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Oleh

Ronald Reagan Lumahayo Adams

2013330115

Bandung

2018



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN – PT No. 451/SK/BAN – PT/Akred/S/XI/2014

**Pemanfaatan Twitter oleh Donald Trump dalam Pilpres
Amerika Serikat 2016**

Skripsi

Oleh

Ronald Reagan Lumahayo Adams

2013330115

Pembimbing,

Sylvia Yazid, Ph.D.

Bandung

2018

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Ronald Reagan Lumahayo Adams
Nomor Pokok : 2013330115
Judul : Pemanfaatan Twitter oleh Donald Trump Dalam Pilpres Amerika Serikat 2016

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Selasa, 7 Agustus 2018
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Atom Ginting Munthe. :

Sekretaris

Sylvia Yazid, MPPM., Ph.D :

Anggota

Giandi Kartasmita, S.IP., M.A:

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ronald Reagan Lumahayo Adams

NPM : 2013330115

Jurusan/ Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional

Judul : Pemanfaatan Twitter oleh Donald Trump dalam
Pilpres Amerika Serikat 2016

Dengan ini menyatakan bahwa seminar ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 31 July 2018

METERAI
TEMPEL
6000
BFD47/FF2/3042330
ENAM RIBURUPIAH

Ronald Reagan Lumahayo Adams

Abstrak

Nama : Ronald Reagan Lumahayo Adams
NPM : 2013330115
Judul : Pemanfaatan Twitter oleh Donald Trump Dalam Pilpres
Amerika Serikat 2016

Di era globalisasi, sosial media memiliki peran yang besar dalam kehidupan masyarakat, kita bisa melihat dalam pemilihan umum di Amerika Serikat. Pada pemilihan umum di Amerika Serikat tahun 2016, Donald Trump yang merupakan salah satu kandidat presiden aktif menggunakan sosial media, Twitter sebagai salah satu sarana untuk menarik perhatian masyarakat ketika berkampanye. Yang menarik dalam kampanye Donald Trump adalah bagaimana dia berinteraksi dengan masyarakat melalui Twitter, dia mampu menarik perhatian masyarakat karena gaya di men-tweet dan bahasanya yang tidak konvensional. Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana pemanfaatan Twitter oleh Donald Trump terhadap keberhasilannya dalam pemilihan umum Amerika Serikat tahun 2016. Penelitian ini menggunakan metode berbasis internet, dan jurnal. Dalam penelitian menggunakan teori *constructivism* dan konsep *public sphere*, dan *New Media*, penulis menemukan bahwa sosial media Twitter menjadi salah satu faktor yang berpengaruh dalam Pemilihan umum Amerika Serikat 2016.

KATA KUNCI: Donald Trump, Twitter, Pemilihan Umum, Kampanye, New Media, Constructivism, Public Sphere

Abstract

Name: Ronald Reagan Lumahayo Adams

NPM: 2013330115

Title: Utilization of Twitter by Donald Trump in America's Presidential Election 2016

In the era of globalisai, social media has a big role in people's lives, we can see in the general election in the United States. In general elections in the United States in 2016, Donald Trump, who is one of the presidential candidates using social media actively. Twitter as one means to attract public attention and campaign. What is interesting in Donald Trump's campaye is how he interacts with the community via Twitter, he is able to attract the attention of people because of his style in tweeting and unconvectional aproach. This study aims to determine how the use of Twitter by Donald Trump on its success in the general electorate of the United States in 2016. This research uses internet based methods, and journals. In the study using constructivism theory and public sphere concept, and New Media, the authors found that social media Twitter became one of the influential factors in the United States election 2016.

KEYWORDS: Donald Trump, Twitter, General Election, Campaign, New Media, Constructivism, Public Sphere

Kata Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul **Pemanfaatn Twitter oleh Donald Trump dalam Pemilihan Umum Amerika Serikat 2016**. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Sylvia Yazid, Ph.D selaku dosen pembimbing yang memberikan arahan dan masukan dalam penyusunan penelitian ini.

Penelitian ini ditujukan untuk memperoleh gelar akademik Strata 1 (S1) Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memeberikan sumbangsih bagi pengembangan studi Ilmu Hubungan Internasional. Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, adanya kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan penelitian ini.

Bandung, 28 Juli 2018

Penulis

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena secara spiritual telah memberikan saya semangat hingga akhirnya skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Kemudian kepada keluarga dan orang tua yang sempat panik karena menjelang hari-hari terakhir pendaftaran sidang, skripsi saya tidak kunjung usai. Namun menjelang *deadline* itu saya berusaha keras agar tidak mengecewakan mereka. Alhasil dengan pemotongan jam tidur, saya berhasil menyelesaikan skripsi ini pada h-7 *deadline* pendaftaran sidang skripsi. Kepada yang terhormat dosen pembimbing saya, Sylvia Yazid Ph.D, saya mengucapkan terimakasih telah membimbing saya dalam penyelesaian skripsi ini dari awal hingga akhir. Kesabaran dan kepintaran beliau atau yang biasa saya panggil mbak Sylvi, sangat berpengaruh dalam penyelesaian skripsi ini.

Kemudian juga untuk kerabat-kerabat terdekat, saya mengucapkan terima kasih kepada teman-teman sejawat sepermainan yang terkumpul dengan nama "Halah, *****!" dan "Keth" dan juga teman-teman lainnya selama di Unpar, yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu saya ucapkan terimakasih walaupun tidak ada kontribusinya sama sekali terhadap skripsi ini, namun mereka telah memberikan saya udara segar dikala penat dan suntuk. Juga kepada teman-teman Coffee Cult yang memberikan saya semangat dan tempat yang nyaman untuk menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya, dan dapat bertukar pikiran.

Kepada pencipta laptop, Microsoft Word, dan internet, saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya karena tanpa mereka, saya sudah pasti tidak bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Tak lupa juga kepada pencipta kertas dan printer, karena tanpa kehadiran mereka tentu dosen pembimbing saya tidak akan mau memeriksa skripsi saya.

Kepada *Youtube*, *Spotify*, *Itunes*, dan para musisi, saya panjatkan terimakasih karena telah mendukung dan menemani saya dalam pengerjaan skripsi dari awal hingga akhir

Daftar isi

Abstrak.....	i
Abstract.....	ii
Kata Pengantar.....	iii
Ucapan Terima Kasih	iv
Daftar isi	vi
Daftar Gambar dan Diagram.....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Indentifikasi Masalah.....	6
1.2.1 Deskripsi Masalah.....	6
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	10
1.2.3 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian	11
1.4 Kajian Literatur dan Kerangka Pemikiran	12
1.4.2 Kerangka Pemikiran	13
1.5 Metoda Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	21
1.5.1 Metode Penelitian	21
1.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	22
1.6 Sistematika Pembahasan.....	22
BAB II DINAMIKA SOSIAL MEDIA DALAM DUNIA POLITIK	24
2.1 Munculnya Social Media di Dunia	24
2.2 Sosial Media dalam Politik	30
2.3 Twitter dalam aktivitas dunia dan politik	35
BAB III SISTEM PEMILU AMERIKA SERIKAT DAN SOSIAL MEDIA	41
3.1 Pemilihan Umum Amerika Serikat	41
3.2 Penggunaan Sosial Media dalam Proses Pemilu Amerika Serikat ...	47

BAB IV ANALISI PEMANFAATAN TWITTER OLEH DONALD TRUMP	
DALAM KAMPANYE.....	51
4.1 Twitter sebagai Platform Politik	57
4.2 Twitter sebagai Arena Dialog dalam kampanye Donald Trump	62
4.3 Twitter menjadi Alat Publikasi Donald Trump	67
BAB V KESIMPULAN	73
Daftar Pustaka.....	76

Daftar Gambar Dan Diagram

Gambar 2.1 Timeline Sosial Media	26
Gambar 2.2 Global Digital Snapshot.....	27
Gambar 2. 3 Peta Sosial Network.....	29
Diagram 2.4 Penggunaan Facebook dan Twitter dalam konten politik.....	32
Diagram 2.5 Kencenderungan orang yang melihat politik konten di Twitter	33
Diagram 2.6 Penggunaan Twitter dalam dunia	38
Gambar 3.1 Alur Pemilu Amerika Serikat.....	43
Gambar 4.1 Data Twitter Donald Trump.....	54
Gambar 4.2 Kata-kata yang favorite Donald Trump dalam Twitter.....	56
Diagram 4.3 Pemilih yang mengikuti figure Politik dalam Twitter.....	59
Gambar 4.4 Top Tweet mengenai kebijakan politik dalam masa pemilu AS.....	61
Gambar 4. 5 Tweets Donald Trump dan Clinton dalam masa pemilihan umum...62	
Gambar 4.6 Distribusi percakapan melalui Twitter oleh Donald Trump dan Clinton	63
Diagram 4.7 Penggunaan Twitter oleh calon kandidat dalam masa pemilu	64
Diagram 4.8 Response dari publik terhadap Tweet Donald Trump.....	65
Gambar 4.9 Data likes dan isu-isu yang sering dibicarakan dalam Twitter Donald Trump.....	66

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan media sosial di era ini sangatlah pesat dikarenakan adanya kapasitas serta teknologi yang memadai dalam kehidupan sehari-hari. Banyak masyarakat yang menggunakan segala macam media sosial untuk mengetahui perkembangan yang terjadi di kehidupan sekarang. Kita telah berada di mana ada perubahan dari Web 1.0 yang berbasis pengetahuan mengenai web (programming, design, or geek) atau para pemilik modal yang mampu menghire programmer yang mampu menyediakan konten (teks, gambar, musik) di web. Sehingga pertukaran data yang terjadi adalah *one-to-many* atau sedikit-ke-banyak. Maka terjadilah perubahan menurut O'Reilly Media dari yang Web 1.0 ke Web 2.0. Web 2.0 adalah pergerakan menuju web yang lebih sosial, kolaboratif, interaktif dan responsif. Ini adalah perubahan dalam filsafat perusahaan web dan *web developer*, tetapi lebih dari itu, Web 2.0 adalah perubahan dalam filsafat masyarakat secara keseluruhan.¹ Secara fakta kita melihat bahwa sosial media telah menjadi bagian essensial dalam kehidupan. Manusia hidup bermasyarakat akan saling berhubungan dan saling membutuhkan satu sama lain, kebutuhan itulah yang dapat memunculkan sebuah proses interaksi sosial. Menurut Soerjono Soekanto kunci dari semua kehidupan sosial hubungan antara satu dengan yang

¹ <https://lusiaeka.wordpress.com/2010/11/27/definisi-konsep-web-2-0/> diakses pada 2 Maret 2017

lain. Oleh karena itu tanpa interaksi sosial, tidak mungkin ada kehidupan bersama. Interaksi sosial adalah dasar proses sosial yang menunjuk pada hubungan-hubungan sosial yang dinamis.² Maka interaksi sosial sangat mempengaruhi dalam segala aspek, bahkan jika di kaitan dengan politik maka interaksi sosial dapat melihat dari orang-orang yang mempunyai keterkaitan dan keakraban yang tinggi sehingga mempunyai semacam ikatan erat antara pelakunya. Seperti yang kita ketahui hubungan antara sosial dan politik sangat berkaitan antara satu dan yang lain. Dunia politik pastilah langsung berkenaan dengan dunia sosial bermasyarakat. Sosial adalah keadaan dimana terdapat kehadiran orang lain. Kehadiran itu bisa nyata anda lihat dan kita rasakan, namun juga bisa hanya dalam bentuk imajinasi. Sedangkan politik adalah usaha yang ditempuh warga negara untuk mewujudkan kebaikan bersama. Maka titik penghubung antara sosial dan politik merupakan masyarakat itu sendiri, sebagai penghubung serta partisipan dalam kegiatan politik.

Melihat dari interaksi sosial dalam politik kita dapat menunjukkan bahwa adanya "revolusi media sosial ", yang semua orang berbicara tentang hari-hari ini yang pada intinya, merubah pandangan internet dari kegunaan awalnya. Pada awalnya internet dimulai sebagai koleksi "*newsgroup*" di mana individu dapat membaca atau menulis di papan buletin seperti di kategori yang "*geek*" seperti "teknologi tinggi" dan "fiksi ilmiah".³ Sosial media menjadi perekat bagi sebagian besar masyarakat yang mempunyai pemikiran yang sama dan memperkuat

² Dewi Kurniasi, "INTERAKSI SOSIAL DALAM IMPLEMENTASI eGOVERNMENT" 2010. Hlm 4

³ A.M Kaplan dan Michael, 2012. Social Media: Back To The Roots and Back To The Future.

pemikiran bias konfirmasi mereka. Karena masyarakat cenderung secara sadar ingin sekali ada yang di konfirmasikan dan dianggap sebuah informasi yang konfirmatori. Masyarakat ingin mempunyai group yang bisa memiliki pendapat, dan mereka ingin menemukan orang yang berpikiran serupa untuk memberi tahu mereka mengapa pendapat mereka benar. Bukan berarti orang tidak akan mengubah pendapat mereka, tapi lebih baik menemukan orang yang mendukungnya dan mengatakan mengapa pendapatnya benar.

Oleh karena itu dalam perkembangan teknologi sosial media kita dapat melihat bagaimana Twitter telah menjadi peran yang penting dalam kehidupan masyarakat seperti yang di jelaskan dalam buku, "*Tweeting to Power: The Social Media Revolution in American Politics*", berkata Twitter yang memungkinkan pengguna mengirim pesan singkat ke Sejumlah besar pengikut potensial (kadang disebut microblogging) telah menjadi salah satu situs paling populer di Internet dengan perkiraan 200 juta pengguna dan tumbuh.⁴ Dengan adanya peningkatan substansial pengguna Twitter, maka berdampak pada seluruh aspek kehidupan. Melihat dari sisi politik juga berdampak dengan perkembangannya Twitter di era ini.

Memandang dari negara Amerika dan bagaimana cara Twitter mengambil peran penting dalam sisi politiknya, kita terlebih dahulu melihat bagaimana Twitter di asumsikan dalam sisi politik Amerika. Secara garis besar sosial media merubah kalkulus politik di Amerika dengan menggeserkan siapa yang

⁴ Jason Gainous and Kevin M. Wagner, "*Tweeting to Power: The Social Media Revolution in American Politics*" 2013. Hlm 1

mengontrol informasi, siapa yang mengkonsumsi, dan bagaimana informasi tersebut di distribusikan.⁵ Oleh karena itu keadaan politiknya sangat berdampak dengan secara keseluruhan di kalangan masyarakat Amerika, dimana kebebasan akan menilai suatu situasi di dukung dengan adanya sosial media. Situasi ini memungkinkan adanya kebebasan untuk menerima informasi secara langsung, nyata, dan mampu memberikan feedback tanpa adanya ketertutupan informasi. Dalam buku *Tweeting to Power: The Social Media Revolution in American Politics* penulisnya menilai bahwa media sosial mengubah dua elemen penting dari proses pembelajaran politik yaitu: Pertama, konsumen sosial media mempunyai kebebasan untuk memilih apa yang dia lihat tanpa adanya halangan dan dapat menghindari dari gagasan atau interpretasi yang tidak menyenangkan. Kedua, sosial media hadir di luar media massa tradisional, oleh karena itu sangat memungkinkan bagi aktor politik dan partai politik untuk mendikte konten mereka.⁶ Meskipun media sosial memungkinkan orang untuk terpapar dengan pandangan politik yang berbeda, orang cenderung menjadi bagian dari lingkungan di mana opini politik mereka terus diperkuat. Kecenderungan polarisasi masyarakat akan suatu konten dalam Twitter akan terlihat karena adanya isi dari konten tersebut dianggap menarik dan lebih entertain membuat masyarakat tersebut fokus pada isu tersebut.

Maka dari itu sifat kampanye di media sosial bisa merupakan kebalikan dari kampanye di dunia nyata. Jika di dunia nyata kampanye begitu berisik, keras

⁵ Ibid

⁶ Ibid

suaranya tapi tanpa bukti nyata, di media sosial adalah antitesis dari berisik dan bising tersebut, yaitu bermakna. Setiap suara punya arti, memiliki pembuktiannya sendiri-sendiri.⁷ Dalam hal nya kampanye pada tahun 2016 kita melihat dua kandidat Presiden Amerika yaitu Hillary Clinton dan Donald Trump, mereka berdua sangat gencar menggunakan sosial media sebagai kunci besar dalam kampanyenya. Menurut article yang di tulis dalam journalism.org yang berjudul “*Candidates differ in their use of social media to connect with the public*”. Orang-orang yang mengikuti kandidat ini di media sosial melihat siklus kampanye setiap hari melalui jendela yang sempit. Calon secara alami memilih pesan yang bermanfaat bagi kampanye mereka untuk berbagi dengan pengikut. Sementara Clinton kebanyakan menyampaikan pesan yang dibuat oleh kampanye itu sendiri, Trump menjangkau media berita dan publik. Sanders menggunakan gabungan komunikasi kampanye dan media berita di posnya.⁸ Memang dalam masa tersebut dua kandidat tersebut saling merujuk dengan satu dan lain namun mereka berdua mempunyai strategi yang berbalik dari satu dan yang lain. Dalam tulisan ini penulis memfokuskan kepada salah satu kandidat yaitu Donald Trump serta melihat satu sosial media yang digunakan dalam Pemilihan Umum Presiden tahun lalu yaitu, Twitter. Dengan melihat bagaimana Donald Trump menggunakan twitter sebagai platform untuk meningkatkan presentasinya dalam kemenangan pemilihan umum Amerika.

⁷ <http://nasional.kompas.com/read/2014/03/29/1153482/Media.Sosial.dalam.Kampanye.Politik>
diakses 3 Maret 2017

⁸ Candidates differ in their use of social media to connect with the public
<http://www.journalism.org/2016/07/18/candidates-differ-in-their-use-of-social-media-to-connect-with-the-public/> diakses 20 Oktober 2017

1.2 Identifikasi Masalah

1.2.1 Deskripsi Masalah

Melihat kaitannya antara sosial media dan pemilu Amerika Serikat tahun 2016, peneliti ingin mengakui adanya perubahan dalam kegunaan media dalam Pilpres, dimana media tradisional mengalami degradasi dan mulai melihat kegunaan sosial media yang lebih aktif dalam Pilpres Amerika. Peneliti menyadari bahwa kelompok masyarakat pada era sekarang lebih cenderung aktif dalam sosial media, tidak terlepas dari semua kalangan masyarakat. Maka dari itu peneliti menfokuskan pada Twitter dan pemanfaatannya oleh Donald Trump dalam Pilpres Amerika Tahun 2016.

Sosial media sendiri mempunyai beberapa konsep, dari *'user-generated content'* yaitu konten buatan media favorit, *'convergence culture'* oleh Henry Jenkin yang berfokus pada bidang industri, *'participatory media'* Jay Rosen melihat adanya penonton dari media, *'peer-production'* Yochai Benkler berorientasi pada proses, *'Web 2.0'* Tim O'Reilly yang berorientasi pada komputer.⁹ Maka konsep sosial media yang di kaji oleh peneliti adalah konsep dari Tim O'Reilly yang berbasis pada perubahan dari media massa menjadi media sosial. Melihat dari situ peneliti memandang bagaimana konsep Web 2.0 yang berorientasi pada cara baru memandang kegiatan pemilihan umum di Amerika Serikat yang menggunakan sosial media secara aktif.

⁹ *Social Media a critical introduction*, Christian Fuchs, 2013. Hlm 35

Melihat perbedaan kampanye dari dulu dan sekarang terlihat dari bagaimana kandidat menyampaikan pesanya. Dimana pesanya hanya di terima secara pasif dan masyarakatnya hanya menjadi pasif dalam penerimaan pesannya. Dalam masa kampanye sekarang masyarakatlah yang menjadi pembuat berita bukan sekedar wadah yang menerima saja, dimana dapat berinteraksi langsung dengan keadaan politik yang terjadi, tanpa melihat dimana kita berada. Membuat kampanye lebih efisien dan efektif untuk menjangkau masyarakat.

Peran politik media dalam Amerika sangatlah besar karena kalau dilihat dari data yang di peroleh. Kira-kira sepertiga dari pengguna media sosial menunjukkan mereka sering (9%) atau kadang-kadang (23%) komentar, berdiskusi atau posting tentang pemerintahan dan politik di media sosial; Sementara itu, hampir tujuh dari sepuluh menunjukkan bahwa mereka hampir tidak pernah (30%) atau tidak pernah (38%) yang this. Pemuda cenderung mengandalkan jauh lebih berat daripada orang dewasa yang lebih tua pada media sosial sebagai sumber berita kampanye, tetapi pengguna yang lebih tua lebih menahan diri ketika datang ke membahas atau mengomentari isu-isu politik di situs tersebut. Beberapa 10% dari media sosial pengguna usia 50 keatas sering melakukan hal ini, hampir identik dengan pengguna di bawah usia 50 yang melakukannya (8%). Selain itu, Partai Republik dan Demokrat yang menggunakan media sosial (termasuk independen dan nonpartisans lain yang "bersandar" terhadap pihak) sama-sama mungkin untuk mengatakan bahwa mereka sering berkomentar, berdiskusi atau posting tentang isu-isu politik di situs ini: 10% dari pengguna Republik dan 8% dari Demokrat melakukannya dengan frekuensi ini. Banyak yang menggap bahwa adanya sosial

media ini memberikan para politikus untuk lebih terang-terangan dengan tujuannya. Mereka lebih cepat emosi dan sering juga kurang sopan dengan satu sama yang lainnya, tetapi juga itu dikarenakan oleh tekanan politik yang menjadikan panas. Namun banyak juga pengguna sosial media yang memilih untuk kurang memperhatikan segala berita yang ada didalam sosial media. Mereka akan memilah-milah dan kalau ada politik yang kurang menyenangkan mereka akan melewatinya. Sudah terlihat bagaimana mereka menjadi pengguna sosial media yang “*smart-user*”¹⁰.

Beberapa penelitian telah mendokumentasikan bagaimana dialog langsung dengan orang yang ikut memilih disebutkan sebagai salah satu motivasi utama bagi partai politik dan politisi untuk menggunakan media sosial .Internet telah menjadi saluran intermediasi populer untuk komunikasi politik selama kampanye pemilu, dan terutama, platform media sosial telah dipuji untuk potensi partisipatif dan interaktif. Partai politik dan politisi individu dapat menggunakan media sosial untuk memotong media dan berkomunikasi langsung dengan pemilih melalui website dan social platform media seperti Facebook dan Twitter. Tetapi meskipun potensi untuk koneksi lebih dekat dengan pemilih, partai politik dan politisi enggan mengambil keuntungan dari aspek interaktif dan sosial media sosial. Kehilangan kontrol, waktu yang terbatas, dan sumber daya yang seharusnya beberapa alasan mengapa pihak ragu-ragu menggunakan alat komunikasi digital.¹¹

¹⁰ (Smart user adalah bahasa yang digunakan untuk menilai apakah orang tersebut mampu menggunakan fasilitas social media dengan baik atau tidak.)

¹¹ Bente Kalsnes, The Social Media Paradox Explained: Comparing Political Parties' Facebook Strategy Versus Practice, <http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305116644616/>

Jadi dengan adanya komunikasi politik secara online sangat mempengaruhi bagaimana si pemilih mengenali calon pasangan dalam pemilu tersebut. Oleh karena itu dapat kita lihat bagaimana strategi dari kampanye masing-masing calon di Amerika menggunakan sosial media untuk mempromosikan calonnya.

Pemilihan kata yang digunakan Donald Trump dalam Twitter lebih sukses daripada Hillary Clinton dimana ia lebih memfokuskan untuk menjelekan lawannya daripada berbicara tentang masalah yang di terjadi di Amerika, oleh karena itu masyarakat cenderung lebih suka dengan pesannya yang cenderung lebih memojokan lawannya, dimana melihat realitas bahwa masyarakat secara umum menganggap tweet Donald Trump lebih menghibur daripada harus berbicara hal-hal yang terlalu kaku, seperti masalah yang di hadapi Amerika.

Twitter juga merupakan bentuk komunikasi yang berjalan secara dua arah dalam konteks kampanye dan pemilihannya, karena dengan Twitter bisa langsung mengukur secara langsung reaksi masyarakat dengan terhadap pesannya, dan kampanye bisa melacak dan merespons pandangan pemilih yang berlanjut dalam masa kampanye berlangsung.¹² Penggunaan Twitter yang dua-arah ini menjadikan sebuah kesukaan dari Donald Trump, bagaimana ia lebih cenderung menggunakan kata-kata yang mudah di pahami oleh masyarakat, dan ia lebih frontal dalam pesannya dalam Twitter.

¹² Twitter Impact on 2016 Presidential Election is Unmistakable.
<https://www.cio.com/article/3137513/social-networking/twitters-impact-on-2016-presidential-election-is-unmistakable.html> diakses pada 20 Oktober 2017

Dengan demikian, penggunaan strategis media sosial selama kampanye pemilu dapat berharga untuk pihak. komunikasi politik memiliki umumnya fungsi strategis atau tujuan, apakah itu dimediasi melalui media sosial atau editorial atau mengambil tempat face-to-face. Dengan demikian, kita dapat mendefinisikan komunikasi politik sebagai "komunikasi yang dilakukan oleh politisi dan aktor-aktor politik lainnya untuk tujuan mencapai objek tertentu".¹³

Disini peneliti melihat data-data statistik penggunaan Twitter Donald Trump dan melihat bagaimana ia dapat memanfaatkan Twitter untuk memenangkan Pilpres AS. Dengan demikian, penelitian dan pembahasan "Pemanfaatan Twitter oleh Donald Trump dalam Pemilihan Umum di Amerika Serikat Tahun 2016" menjadi sangat relevan dan diperlukan untuk mengetahui peran sosial media yang lebih aktif daripada media massa di masa Pilpres AS.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis memfokuskan kepada Pemilu Amerika Serikat yang sangat terlihat menggunakan sosial media, namun disini penulis memfokuskan pada pemanfaatan Twitter. Maka penulis membatasi rentang tahun yang dikaji, yaitu tahun pada bulan Maret- Desember 2016.

1.2.3 Perumusan Masalah

Topik yang menjadi inti dari studi penelitian ini adalah mengenai pemanfaatan sosial media, Twitter dalam pemilu Amerika Serikat sebagai suatu cara yang sangat mempengaruhi hasil dari pemilihan Presiden Amerika yang ke

¹³ Ibid

45. Topik ini dipilih karena sangat terlihat kegunaan sosial media dalam pemilu tahun lalu. Berdasarkan hal tersebut, maka pertanyaan penelitian ini adalah: **Bagaimana pemanfaatan Twitter oleh Donald Trump dalam Pilpres Amerika Serikat Tahun 2016?”**

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan pemanfaatan sosial media, Twitter, dalam pemilu Amerika Serikat, tahun 2016. Bagaimana Donald Trump memanfaatkan Twitter untuk keberhasilannya di pilpres AS.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah untuk memberikan sesuatu pengetahuan kepada penulis dan pembaca terkait Pemilu di Amerika Serikat dan pemanfaatannya sosial media, Twitter dalam pemilihan tahun 2016. Penelitian ini berguna bagi pembaca yang memiliki minat dalam bidang sosial media, serta juga dapat berfungsi sebagai bahan referensi bagi penstudi ilmu hubungan internasional yang ingin melihat perkembangan sosial media di perpolitikan dunia internasional. Hasil ini dapat menjadi salah satu sumber yang dapat dimanfaatkan dan diaplikasikan secara praktis oleh pengguna penelitian yang meliputi departemen komunikasi dan informatika, pengamat politik dan media, pemerhati dan pembelajar bidang ilmu komunikasi, hubungan internasional, dan

masyarakat pada umumnya untuk dapat mengkaji media dan pemberitaannya dengan lebih mendalam dan menyeluruh dalam upaya pemahamannya.

1.4 Kajian Literatur dan Kerangka Pemikiran

1.4.1 Kajian Literatur

Kajian literatur yang pertama adalah sebuah buku yang ditulis oleh Jason Gainous and Kevin M. Wagner yang berjudul *Tweeting to Power*. Buku ini berisikan tentang bagaimana peran Twitter yang melihat bagaimana internet, dan media sosial pada khususnya, mengubah kampanye dan pemilihan di Amerika Serikat. Daripada menggunakan media massa yang mungkin lebih mahal, kandidat lebih memilih untuk menggunakan Twitter yang cenderung lebih murah dan lebih bisa melihat bagaimana masyarakat merespon pesan-pesan yang dituliskan secara *real time*.

Kajian literatur yang kedua adalah sebuah journal yang ditulis oleh Annie Hellwegy yang berjudul *Social Media Sites of Politicians Influence Their Perception by Constituent*. Dalam jurnal tersebut penelitian ini meneliti dampak outlet-Facebook media sosial dan Twitter-memiliki atas cara konstituen melihat politisi. Penelitian ini meneliti bagaimana politisi dapat menggunakan Facebook atau Twitter halaman dalam mode yang paling efektif dan menggabungkan ini media baru sebagai alat kampanye penting dan taktik.

Dalam menggunakan kajian literatur di atas peneliti dapat menganalisa pemanfaatan Twitter dalam pemilihan presiden Amerika Serikat tahun 2016. Di samping itu kajian literatur di atas mampu menjelaskan kenapa sosial media lebih

efektif dalam menyampaikan wacana politik dari pada media massa. Oleh karena itu akan sangat membantu peneliti dalam penelitian ini.

Pendekatan-metode campuran menggunakan analisis isi dan survei mengungkapkan bahwa pemilih menghargai kepribadian konten melalui kepercayaan dan elektabilitas umum. Pemilih menerima politisi lebih positif dengan kepribadian konten dibandingkan mereka yang mengandalkan konten profesional ketika mempertimbangkan konten yang disediakan di Twitter. Pada akhirnya, media sosial politisi menggunakan secara signifikan dipengaruhi dan memperkaya pengalaman individu memiliki dengan tokoh masyarakat.

1.4.2 Kerangka Pemikiran

Penelitian mengenai pemanfaatan sosial media terutama Twitter dalam pemilu Amerika Serikat pada tahun 2016 menjadi salah satu ranah dalam hubungan internasional. Dalam peran sosial media, Twitter sebagai aktor non-negara yang berperan penting dalam pembentukan opini masyarakat yang menjadi salah satu aspek yang di bahas dalam penelitian ini. Selain itu peristiwa ini melihat bagaimana proses perubahan pemilu di Amerika yang lebih menggunakan sosial media di bandingkan media massa tradisional, melihat interaksi antara masyarakatnya dengan kandidat presiden.

Untuk itu peneliti menjelaskan pemanfaatan Twitter namun peneliti juga menyadari bahwa kemajuan dalam bidang informasi dan teknologi merupakan salah satu faktor utama yang mengubah pola penyebaran informasi dan komunikasi di dunia. Perubahan ini turut mengubah cara interaksi suatu negara

dengan negara lainnya, dan juga memungkinkan aktor-aktor selain negara untuk mengambil peran lebih dalam menjalin hubungan dengan individu ataupun institusi dari negara lain. Dengan kata lain peneliti merasakan bahwa peran media baru bisa menghilangkan batas-batas masyarakat lokal, nasional dan internasional. Seorang individu dapat memberikan pendapat nya dalam mempertimbangkan kegiatan politik dari manapun dan kapan pun.

Selanjutnya peneliti menggunakan teori Konstruktivisme. Teori Konstruktivisme merupakan sebuah teori yang menjembatani perbedaan antara teori Neoliberalisme dan Neorealisme. Teori ini menyatakan bahwa hubungan yang terjadi antar aktor hubungan internasional merupakan hasil konstruksi sosial yang terbentuk akibat proses dialektika antara struktur dan agen. Dunia sosial bukanlah sesuatu yang *given*, yang hukum-hukumnya dapat ditemukan dan dijelaskan secara ilmiah seperti yang dikemukakan oleh kaum behavioralis dan kaum positivis. Dunia sosial merupakan hasil buatan dan bentukan kelompok masyarakat pada waktu dan tempat tertentu.¹⁴ Menurut perkataan Alexander Wendt:

Constructivism is a structural theory of the international system that makes the following core claims: (1) states are the principal units of analysis for international political theory; (2) the key structures in the states system are intersubjective rather than material; and (3) state identities and interests are in important part constructed by these social structures, rather than given exogenously to the system by human nature or domestic politics.

Hal ini berarti teori Konstruktivisme telah memberikan sumbangsih penting bagi studi Hubungan Internasional, yaitu perluasan bahasan tentang aktor-aktor

¹⁴ Georg Sorensen dan Jackson Robert, *Introduction to International Relations: Theories and Approaches 4th Edition* (New York: Oxford University Press, 2010) halaman 162-166

studi Hubungan Internasional yang tidak lagi harus didominasi oleh lembaga-lembaga internasional dan negara. Teori Konstruktivisme juga memberikan dasar pemikiran bagi konsep *public sphere*. Menurut Konstruktivisme, fakta atau peristiwa merupakan konstruksi atas realita sebab kebenaran suatu fakta bersifat relatif dan berlaku sesuai konteks tertentu. Dalam prosesnya, media sosial menjadi agen konstruksi pesan. Paradigma Konstruktivisme menolak pandangan positivisme yang memisahkan subjek dengan objek komunikasi. Dalam pandangan konstruktivisme, tulisan tidak lagi hanya dilihat sebagai alat untuk memahami realitas objektif belaka dan dipisahkan dari subjek sebagai penyampai pesan. Maka dalam penelitian ini penulis melihat bahwa dengan adanya teori konstruktivisme membuat sebuah realitas dalam pilpres Amerika Serikat 2016 dalam pembuatan opini masyarakat terhadap Donald Trump. Sehingga Donald Trump menjadi subjek yang dapat disepakati public, sehingga lebih merupakan metode analisis politik normatif yang begitu memikat sehingga tidak ada orang yang berkepentingan yang jelas yang dapat menolak secara masuk akal terhadap jenis-jenis kekhawatiran yang khas dalam kehidupan politik.

Selain itu peneliti juga menggunakan konsep *multiple public sphere* dan melihat konsep tersebut relatif dengan perkembangan sosial media dan juga, melihat bagaimana sosial media selalu dengan sengaja mempengaruhi masyarakat dengan informasi dan berita yang disampaikan. *Public Sphere* sendiri merupakan gagasan dari Jurgen Habermas, dalam bukunya *The Structural Transformation of the Public Sphere 1962*, ia menuliskan *public sphere* sebagai *a virtual or imaginary community which does not necessarily exist in any identifiable space*.

Di buku *Social Media in Politics* yang di tulis oleh Bogdan Patrut mengkaitkan konsep *public sphere* yang di kemukakan oleh Jürgen Habermas. *Public sphere* bisa di lihat sebagai suatu realitas kehidupan sosial di dalam mana terdapat suatu proses pertukaran informasi dan berbagai pandangan berkenaan dengan pokok persoalan yang tengah menjadi perhatian umum. Selain dari itu

adanya *public sphere* juga menjadi indikator keaktifan dari warga masyarakat menggunakan hak-haknya untuk ikut berpikir terlibat di dalam suatu wacana yang sedang hangat pada hari suatu saat tertentu, khususnya yang berkaitan dengan permasalahan politik. Menurut Bogdan Patrut,

*“The publics, which integrate this sphere, participate in discursive interactional processes (Habermas, Dewey). Thus, ‘dialogical’ interaction among individuals is the central feature. -----Yet, the media are as well ineludible, as the discursive processes occur through them: citizens have an encounter with the media and interpret reality, reflect about the issues presented; then, they interact with others –in person and/or online, in small or larger conversations or chats.”*¹⁵

Dapat dikatakan bahwa dengan adanya sosial media dalam sebuah interaksi politik memperbaiki dan meningkatkan tingkat kompleksitas dalam dunia internet. Dengan kata lain, tidak ada *public sphere* tunggal, namun ada *multiple public sphere* untuk debat politik dan itu memungkinkan warga dari seluruh dunia bisa membentuk ruang publik ini.

Dalam *multiple sphere*, orang dapat dibagi menurut garis berdasarkan identitas atau berdasarkan minat. Menurut Nancy Fraser, seorang professor di *New School* di New York, mengatakan bahwa *public sphere* tidak menyediakan arena bagi kelompok-kelompok subordinat di mana mereka dapat mendiskusikan kebutuhan, tujuan, dan strategi mereka. Keberadaan *multiple public sphere* akan

¹⁵ Bagdan Patrut, *Social Media in Politics: Case Studies on the Political Power of Social Media*. Hlm 26. 2014

meningkatkan partisipasi dan interaksi dalam arti "mampu berbicara dalam suara sendiri, dan dengan demikian secara bersamaan membangun dan mengekspresikan identitas budaya seseorang melalui idiom dan gaya"¹⁶

Dalam penelitian ini, kita bisa melihat pemanfaatan Donald Trump, menggunakan Twitter dalam pemilihan umum Amerika Serikat 2016 sebagai pemicu interaksi dan membuat sebuah dialog antara publik dengan dirinya.

Dalam halnya sosial media kita bisa melihat bahwa sosial media dapat dikatakan sebagai media baru yang berbeda dari media tradisional. Konsep *New Media* muncul karena adanya filsuf dari Kanada bernama McLuhan. *New media* kemudian muncul sebagai saluran alternatif dari adanya percakapan politik dan memperluas aktivitas politik. Media baru tidak hanya berperan dalam penyebaran informasi, melainkan juga memungkinkan semua orang untuk berkomunikasi dan berinteraksi secara dua arah. Secara umum, terdapat tiga elemen penting dari new media yang berkaitan dengan fungsi sosial, yaitu *communication*, *convergence*, dan *content* (3C)¹⁷. Berbeda dari media massa tradisional yang menggunakan hanya "satu bentuk" untuk semua orang, *new media* bersifat "satu untuk satu" dan konsekuensinya terfragmentasi pada kelompok-kelompok sosial tertentu, yang memiliki akses dan kapabilitas teknologi untuk menggunakannya. Maka penelitian ini juga melihat usaha dalam pemanfaatan *New Media* dalam interaksi

¹⁶ Chapter I Public Service Broadcasting. pdf

¹⁷ Marshall McLuhan, 1999. *Understanding Media; The Extension of Man*, The MIT Press: London, Hal.7.

Donald Trump dengan public menggunakan sosial media, Twitter sebagai alat penyebaran idenya dalam pemilihan umum Amerika Serikat 2016.

Peran Media Sosial dikatakan sebagai salah satu aspek yang fundamental dalam fenomena Hubungan Internasional kontemporer. Keberadaannya sebagai alat komunikasi yang bersifat *two-way communication* membuat media sosial menjadi instrumen yang diminati masyarakat. Sebagai versi digital dari *word-of-mouth*, sosial media menjadi jalan baru untuk menangkap, menganalisa, menginterpretasi, dan mengatur konten-konten yang disebarkan.

Dalam hal nya sosial media memiliki beberapa ciri yang bisa di lihat seperti:

- a. Pesan yang di sampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang seperti melalui internet
- b. Pesan yang di sampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu Gatekeeper
- c. Pesan yang di sampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya
- d. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi

Pengaruh media dengan adanya kemajuan teknologi menjadi sangat besar bagi umat manusia. Media telah campur tangan dalam kehidupan manusia secara lebih cepat daripada sebelumnya, juga memperkecil jarak diantara bangsa-bangsa. Mchulan juga memiliki argumentasi bahwa media mengubah individu dan masyarakat. Pola dari frekuensi komunikasi dan interaksi yang dilakukan lewat media sosial dikatakan merubah perilaku masyarakat selamanya. Efek dari media sendiri terhadap masyarakat lebih besar dari konten yang disajikan oleh media

sendiri. Bila kita menggunakan argumentasi beliau maka kita menyetujui pernyataan bahwa media sosial mengubah pengguna bukan disebabkan oleh konten yang disajikan tetapi dikarenakan cara dari komunikasi tersebut. Perlu disadari perubahan perilaku yang dikarenakan penggunaan media sosial dan mengadopsi sikap penerimaan keberadaan teknologi itu sendiri.¹⁸

Dalam halnya kampanye politik kita melihat definis kampanye politik dari beberapa ahli untuk lebih memahami kampanye politik. Snyder dan Venus, mendefinisikan bahwa kampanye komunikasi merupakan aktivitas komunikasi yang terorganisasi, secara langsung ditujukan kepada masyarakat tertentu, pada periode waktu yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan tertentu. Pfau dan Parrot dalam, mendefinisikan kampanye sebagai kegiatan yang dilakukan secara sadar untuk menunjang dan meningkatkan proses pelaksanaan yang terencana pada periode tertentu yang bertujuan mempengaruhi masyarakat sasaran tertentu. Rogers dan Storey dalam mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian kegiatan komunikasi yang terorganisasi dengan tujuan untuk menciptakan dampak tertentu terhadap sebagian besar masyarakat sasaran secara berkelanjutan dalam periode waktu tertentu. Berdasarkan beberapa definisi di atas, Venus mengidentifikasi bahwa aktivitas kampanye setidaknya harus mengandung empat hal yakni, (1) ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu (2) ditujukan kepada jumlah masyarakat sasaran yang besar (3) dipusatkan dalam kurun waktu tertentu dan (4) dilakukan melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi.

¹⁸ Pan, B., & Crotts, J., 2012, Theoretical models of social media, marketing implications, and future research directions. In Sigala, M., Christou, E., & Gretzel, U. (Eds.), "Social Media in Travel, Tourism and Hospitality: Theory, Practice and Case"s, hal 73-86. Surrey, UK: Ashgate.

Menurut Ruslan, kampanye politik merupakan jenis kampanye yang pada umumnya dimotivasi oleh hasrat untuk meraih kekuasaan. Tujuan dari kampanye ini adalah untuk memenangkan dukungan masyarakat terhadap kandidat-kandidat yang dicalonkan agar dapat menduduki jabatan politik yang diperebutkan lewat proses pemilihan.

Menurut sebuah penelitian oleh Anders C.Johansson seorang ilmuwan dari Stockholm memberikan setidaknya ada tiga perbedaan mendasar antara tradisional dan sosial media yang mempengaruhi hubungan antara media dan politik. Pertama, media sosial memungkinkan para aktor politik seperti politisi dan partai untuk membentuk konten sesuai yang mereka inginkan tanpa melalui proses publikasi yang digunakan dalam berbagai bentuk media tradisional. Kedua, warga dapat memilih konten, yang berarti bahwa mereka dapat menghindari informasi dan sumber yang tidak mereka setujui. Ketiga, memungkinkan warga negara sendiri untuk menciptakan dan mempublikasikan konten mereka sendiri tanpa harus menghadapi biaya yang sangat tinggi dan memungkinkan mereka untuk berkomunikasi dan berkomentar langsung pada aktor politik.¹⁹ Maka dapat dipahami bahwa hubungan antara media sosial dan politik membuka lembaran untuk masyarakat global untuk memberikan aspirasi dengan mudah, sehingga aktivitas politik menjadi lebih transparan dan memungkinkan untuk menciptakan persona *reliable* dari kegiatan politik.

Dalam era global pengguna sosial media dalam politik menjadi sangat pesat dan terkadang persoalan domestik suatu negara dapat mengubah sebuah

¹⁹ Anders C.Johansson, 2016. Social Media and Politics in Indonesia, Hal 4

pandangan untuk negara lainnya. Maka dari itu suatu negara membutuhkan cara yang tepat saat akan melihat suatu kebijakan penggunaan sosial media dalam kegiatan politik dalam karena berangkat dari sebuah kebijakan system suatu negara akan dapat dinilai keefektifannya. Dalam tantangan global tidak tertutup bahwa situasi yang serupa dapat dialami dari negara di belahan dunia.

Maka dalam skripsi ini penulis melihat bagaimana pemanfaatan Twitter menjadi salah satu sosial media yang ramai di bicarakan dalam Pemilu tahun 2016 di Amerika Serikat. Beberapa konsep dan teori yang telah di jabarkan diatas dianggap dapat membantu penulis untuk menentukan dan menjawab rumusan masalah mengenai bagaimana pemanfaatan Twitter membantu dalam keberhasilan Donald Trump sebagai Presiden Amerika Serikat 2016.

1.5 Metoda Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1.5.1 Metode Penelitian

Untuk melakukan penelitian topik ini, penulis menggunakan metode kualitatif. Metode ini menggunakan dan mengumpulkan data, studi teks, ataupun dokumen sebagai sumber. Selanjutnya penulis melakukan pengerjaan melalui interpretasi penulis dari data yang telah dikumpulkan untuk menjadi suatu dasar pemahaman terkait topik yang menjadi pilihan.²⁰

²⁰ John W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Thord Edition*, SAGE Publications, California, hlm 4

1.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam menyusun penelitian ini, penulis menggunakan pengumpulan data dengan studi kepustakaan, yaitu mengumpulkan data – data berupa dokumen, berita, artikel, dan transkrip wawancara dari sumber yang bersangkutan dan bisa dipertanggung jawabkan. Dokumen – dokumen ini haruslah dokumen yang bersifat publik dan dapat diakses oleh semua orang.

1.6 Sistematika Pembahasan

Penelitian ini terbagi dalam lima bab. Di dalam bab I, penulis membahas mengenai pendahuluan, yang meliputi latar belakang masalah, deskripsi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian, kajian literatur, kerangka pemikiran, metoda penelitian dan teknik pengumpulan data, dan sistematika pembahasan.

Dalam Bab II, penulis membahas mengenai sosial media, Twitter dan bagaimana sosial media tersebut menjadi sebuah instrument di dalam aktivitas politik.

Dalam Bab III, penulis membahas tentang bagaimana pemilu di Amerika Serikat dan Donald Trump sebagai salah satu kandidat Presiden Amerika Serikat

Dalam Bab IV, penulis menganalisis pemanfaatan Twitter membantu Donald Trump dalam Pemilu Presiden Amerika tahun 2016.

Dalam Bab V, penulis menyimpulkan hasil dari analisa dalam Bab IV

