



## PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN KOMUNITAS ONLINE: ANALISIS AKUN TWITTER (X) @WATCHMENID

<sup>1</sup>Ayu Oktaviani, <sup>2</sup>Cindy Aurelya Shakilla

<sup>1</sup> Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul Tangerang

<sup>2</sup> Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul Tangerang

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received November, 01, 2024

Revised November, 15, 2024

Accepted Desember, 13, 2024

Available online Desember, 13, 2024

#### Kata Kunci:

media sosial, komunitas online, Twitter, @WatchmenID

#### Keywords:

social media, online community, Twitter, @WatchmenID

### ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pemanfaatan media sosial oleh akun Twitter @WatchmenID dalam membangun komunitas online pecinta film. Pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten digunakan untuk mengamati strategi komunikasi, jenis konten, dan keterlibatan pengikut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @WatchmenID menggunakan thread, diskusi interaktif, dan aktivitas offline seperti nobar untuk meningkatkan rasa kebersamaan komunitas. Konten tentang film lokal terbukti mendapatkan keterlibatan lebih tinggi dibandingkan konten lain. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi yang efektif dan interaksi aktif menjadi kunci dalam membangun komunitas online.

### ABSTRACT

This study analyses the use of social media by the Twitter account @WatchmenID in building an online community of movie lovers. A qualitative approach with content analysis method was used to observe communication strategies, content types, and follower engagement. The results show that @WatchmenID uses threads, interactive discussions, and offline activities such as nobar to increase the sense of community. Content about local films proved to get higher engagement than other content. This study concludes that effective communication strategies and active interaction are key in building online communities.

## A. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Media merupakan perantara atau alat untuk menyampaikan pesan dan informasi. Ada banyak jenis media, antara lain media sosial, media cetak, dan media elektronik. Media memainkan peran penting dalam kehidupan sehari-hari, membantu pengguna mengakses berbagai jenis informasi sesuai dengan kebutuhan mereka. Di antara berbagai jenis media, media sosial menjadi salah satu yang paling banyak digunakan. Media sosial tidak hanya

\*Corresponding author

E-mail addresses: <sup>1</sup>[niktavian07@student.esaunggul.ac.id](mailto:niktavian07@student.esaunggul.ac.id), <sup>2</sup>[cindyaurelya192@student.esaunggul.ac.id](mailto:cindyaurelya192@student.esaunggul.ac.id)



menjadi alat komunikasi, tetapi juga sebagai sumber informasi menarik, termasuk tren terkini di berbagai bidang seperti budaya pop, musik, hingga film (Ardan, 2021).

Salah satu media sosial yang menonjol untuk berbagi informasi dan berdiskusi adalah Twitter, atau yang kini dikenal sebagai X. Twitter memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi secara real-time melalui fitur-fitur seperti thread, retweet, dan ruang diskusi (Spaces). Pada kuartal keempat tahun 2018, Twitter mencapai 126 juta pengguna aktif harian, meningkat 9% dari periode yang sama tahun sebelumnya. Setelah mengalami penurunan sejak 2013, Twitter mampu bangkit kembali. Berdasarkan data Twitter Indonesia pada akhir tahun 2016, disebutkan bahwa 77% pengguna media sosial Twitter adalah pengguna aktif yang berpartisipasi dalam berbagai diskusi, termasuk yang berfokus pada perfilman (Saputra, 2019).

Komunitas online menjadi salah satu bentuk interaksi sosial yang berkembang pesat di media sosial. Komunitas online merupakan sekumpulan individu yang memiliki minat dan tujuan yang sama antara anggota satu dengan yang lainnya, di mana komunitas online ini mereka berada di dalam satu platform media sosial yang sama salah satu contohnya yaitu komunitas online *@WatchmenID*, akun yang berfokus pada dunia perfilman (Umar & Suryanto, 2019).

Akun *@WatchmenID* berdiri pada awal tahun 2018 dan telah memiliki lebih dari 663.224 pengikut. Dengan konten yang konsisten, menarik, dan informatif, akun ini berhasil membangun komunitas online di kalangan pecinta film di Indonesia. Tidak hanya membuat konten tentang film populer yang akan atau sedang tayang di bioskop, tetapi juga mengangkat lokal seperti Jogja Asian Film Festival (JAFF), Festival Film Musik Indonesia, Festival Film Malang, dan lainnya. Kehadiran mereka di berbagai acara menunjukkan bahwa akun ini tidak hanya aktif di dunia maya, tetapi juga menjalin interaksi langsung dengan para pengikutnya melalui acara offline seperti nonton bareng (nobar) (Saputra, 2019).

Komunitas *@WatchmenID* terdiri dari 21 kru yang aktif tidak hanya di Twitter tetapi juga di platform lain seperti Instagram. Mereka berbagi berbagai jenis informasi, mulai dari review film dan serial, rumor industri, hingga diskusi interaktif melalui Spaces di Twitter. Komunitas ini menjadi ruang bagi para pecinta film untuk bertemu, bertukar pandangan, dan memperluas wawasan tentang dunia perfilman (Saputra, 2019).

Mengingat peran besar *@WatchmenID* dalam membangun dan menjaga komunitas online yang berfokus pada film, menarik untuk meneliti bagaimana akun ini memanfaatkan Twitter dalam membangun komunikasi, meningkatkan interaksi, dan menciptakan rasa kebersamaan di antara pengikutnya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih dalam tentang strategi media sosial dalam membangun komunitas online, khususnya di Indonesia.

## **2. Rumusan Masalah**

Bagaimana pemanfaatan media sosial dalam membangun komunitas online pada akun twitter (x) *@WatchmenID*?

## **3. Tujuan Penelitian**

Untuk menganalisis pemanfaatan media sosial dalam membangun komunitas online pada akun twitter (x) @WatchmenID.

#### **4. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

untuk memberikan kontribusi pada literatur mengenai penggunaan media sosial dalam membangun komunitas online.

##### **2. Manfaat Praktis**

a) untuk memberikan *insight* tentang strategi yang efektif dalam menyajikan konten review film yang dapat meningkatkan minat menonton.

b) untuk meningkatkan pemahaman tentang bagaimana komunitas online di media sosial dapat memperkuat hubungan sosial dan mendukung industri perfilman serta mendorong khalayak untuk lebih kritis maupun selektif dalam memilih film berdasarkan ulasan yang terpercaya.

### **B. METODOLOGI PENELITIAN**

#### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu penelitian dengan memahami sebuah ide, sudut pandang, atau pengalaman, jenis penelitian ini memeriksa, menafsirkan, dan mengevaluasi materi yang tidak dalam bentuk nilai numerik, melainkan dalam bentuk teks, audio, atau video. (Putri A. C., 2024). Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan analisis konten untuk menganalisis pemanfaatan media sosial dalam membangun komunitas online, khususnya pada akun Twitter @WatchmenID. Metode ini bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam melalui analisis terhadap teks atau visual yang diproduksi oleh akun tersebut. Analisis konten dipilih karena dapat mengidentifikasi tema, pola komunikasi, dan pesan yang disampaikan dalam interaksi akun @WatchmenID dengan pengikutnya. Pendekatan ini dinilai tepat untuk menggali bagaimana akun ini membangun keterlibatan dan menciptakan komunitas di kalangan penggemar film di Indonesia (Maulid, 2021).

#### **2. Subjek penelitian**

Akun Twitter @WatchmenID termasuk ke dalam akun yang kerap sekali membahas tentang berita, informasi, dan rumor di dunia hiburan, khususnya seputar film, serial televisi, dan industri budaya populer lainnya. Akun ini cukup populer di kalangan penggemar film dan serial di Indonesia karena kerap sekali menyebarkan informasi dan opini terkini mengenai perkembangan seputar dunia hiburan. Beberapa aspek yang dapat menjadi pertimbangan dalam melakukan riset terhadap akun ini antara lain sebagai berikut:

a. Analisis konten: dalam akun Twitter @WatchmenID mereka lebih berfokus kepada konten tentang perfilman saja, di mana mereka akan mereview film yang sedang tayang pada saat ini untuk memberikan informasi kepada para pengikutnya. @WatchmenID kerap kali mengunggah informasi review mengenai perfilman dengan

berbagai macam genre, mulai dari horor, komedi, dan juga drama. Gaya bahasa yang digunakan saat memposting sebuah review dalam akun Twitter @WatchmenID menggunakan bahasa sehari-hari terkadang ada sedikit sentuhan komedi ataupun emosi saat menyampaikan semua informasi yang membuat pengikut merasa terhibur melihat postingan akun tersebut.

- b. Keterlibatan pengikut demografi: responden pada akun Twitter @WatchmenID rata-rata memiliki usia yang tidak terlalu muda dan tidak terlalu tua juga. Dalam menanggapi informasi yang diberikan oleh akun Twitter tersebut juga terkadang mendukung dan netral saja.
- c. Pengaruh komunitas kredibilitas sumber informasi: akun Twitter @WatchmenID sangat dipercaya oleh pengikut mereka mengenai penyampaian informasi tentang film yang akan segera tayang. Melihat bagaimana respon pengikut menanggapi postingan pada akun Twitter @WatchmenID membuktikan bahwa akun tersebut sangat lah dipercaya oleh pengguna Twitter sebagai platform komunitas yang menyajikan konten review mengenai perfilman.
- d. Dalam menganalisis media sosial akun Twitter @WatchmenID sangat berperan penting dalam konteks perfilman di Indonesia. Akun tersebut menjadi sumber informasi bagi masyarakat yang menyukai film-film, mereka juga sangat berpartisipasi dan berkontribusi dalam meningkatkan daya minat dalam sebuah film sehingga film tersebut banyak yang menontonnya. Tidak jarang review film dari akun Twitter @WatchmenID menjadi sorotan dari berbagai akun media sosial perfilman yang mengucapkan terima kasih kepada akun tersebut karena sudah mereview tanpa membuat spoiler sedikit pun sehingga para penggemar film masih bisa menonton langsung tanpa ada embel-embel spoiler mana pun.

### **3. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melakukan observasi dan dokumentasi konten media sosial, yaitu mengamati dan menganalisis konten yang dipublikasikan oleh akun Twitter @WatchmenID serta mengumpulkan gambar-gambar yang ada di akun tersebut. Metode ini digunakan untuk memahami bagaimana akun tersebut memanfaatkan Twitter dalam membangun komunitas online, khususnya melalui aktivitas seperti penyebaran informasi, interaksi, dan keterlibatan pengikut. Melakukan observasi terkait dengan jumlah retweet untuk mengetahui sejauh mana pengikut akun membantu menyebarluaskan konten. Retweet mencerminkan potensi viralitas dan daya tarik pesan yang disampaikan. Kemudian mengamati jumlah likes yang didapat menggambarkan tingkat apresiasi atau persetujuan pengikut terhadap konten tertentu. Melihat berapa jumlah komentar untuk mengidentifikasi sejauh mana konten mendorong diskusi atau interaksi aktif. Dan yang terakhir adalah mengamati jumlah thread yang dibuat dalam jangka satu hari untuk melihat bagaimana akun menyampaikan informasi yang lebih panjang dan kompleks, serta respons pengikut terhadap thread tersebut. Observasi dilakukan dengan cara mengamati langsung aktivitas dan interaksi akun di Twitter, pada pola postingan, jenis konten yang diunggah.

### **4. Teknik Analisis Data**



Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis konten, menurut Krippendorff dalam jurnal yang dibahas oleh (Ahmad, 2018) analisis konten dilakukan dengan merumuskan dengan tepat apa yang diteliti dan semua tindakan harus didasarkan pada tujuan penelitian. Pada penelitian ini peneliti ingin mengidentifikasi pesan-pesan atau informasi yang disampaikan oleh @WatchmenID dalam rangka membangun komunitas online di media sosial khususnya di Twitter.

Data yang diperoleh dari hasil observasi, seperti jumlah retweet, likes, komentar, dan isi thread pada beberapa postingan kemudian peneliti memilih konten yang relevan dengan tujuan penelitian. Data yang tidak berhubungan, seperti konten di luar tema perfilman, tidak termasuk dalam analisis ini. Kemudian data yang sudah terpilih dikelompokkan berdasarkan kategori atau tema utama, seperti strategi komunikasi, jenis konten, dan tingkat keterlibatan. Dari hasil pengelompokan data tersebut barulah dianalisis hubungan antara strategi yang digunakan akun @WatchmenID dan respon pengikutnya. Penyimpulan data diambil berdasarkan pola yang ditemukan, misalnya bagaimana konten tertentu lebih efektif dalam membangun komunitas atau mendorong keterlibatan pengikut. Data yang sudah didapat akan ditampilkan dalam bentuk tabel dan sebagai buktinya akan ditampilkan foto atau dokumentasi berupa tangkapan layar akun @WatchmenID dengan postingan yang relevan dengan tema.

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Media Sosial Twitter dan Komunitas online @WatchmenID**

Sejarah Twitter, yang kini dikenal dengan nama X, dimulai pada tahun 2000 ketika Noah Glass mendaftarkan domain 'twitter.com'. Pada tahun 2006, Jack Dorsey mengusulkan untuk menggunakan domain tersebut sebagai situs web resmi Twitter dan mengirimkan tweet pertama pada 21 Maret 2006. Twitter diluncurkan ke publik pada Juli 2006 dan dengan cepat menarik perhatian. Pada tahun 2010, platform ini mencatat lebih dari 100 juta pengguna aktif bulanan dan meluncurkan berbagai fitur kunci seperti hashtag, mentions, dan retweet yang mempercepat penyebaran informasi. Pada tahun 2013, Twitter mengadakan penawaran umum perdana (IPO) di bursa saham New York. Fitur lainnya termasuk Moments pada tahun 2015 dan Fleets pada tahun 2016, yang semakin memperkaya pengalaman pengguna. Pada tahun 2023, Elon Musk membeli Twitter dengan nilai \$44 miliar dan mengganti namanya menjadi X, membawa perubahan besar dalam platform ini dengan fokus pada kebebasan berbicara dan inklusivitas. Dengan segala inovasi dan pertumbuhannya, Twitter telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling berpengaruh di dunia (Eraspace, 2024).



Gambar 1 : akun twitter @watchmenID

Akun twitter @watchmenID telah efektif memanfaatkan media sosial untuk membangun komunitas online yang efektif dan terlibat dalam dunia perfilman. Dengan jumlah pengikut yang mencapai lebih dari 668.258, akun tersebut tidak hanya berperan sebagai sumber diskusi dan interaksi yang intens bagi komunitas film saja, tetapi akun Twitter @watchmenID juga menyediakan konten ulasan dan informasi seputar film, khususnya film Indonesia. Melalui akun ini, ulasan mendalam, ulasan alur cerita, dan rekomendasi film memang sangat penting dibagikan dan disukai oleh para pengikutnya. Hal ini dibuktikan melalui analisis bahwa minat terhadap film tertentu untuk ditonton dipengaruhi oleh ulasan film yang berasal dari akun Twitter @watchmenID. Ulasan dari akun-akun seperti @watchmenID ini memang meningkatkan minat menonton, terutama untuk film-film dalam negeri dan juga mempengaruhi tingkat kepuasan para pengikut terhadap konten yang disajikan.

Tema utama konten @watchmenID adalah ulasan film, mereka terus berupaya menyajikan konten yang mudah dipahami dan informatif untuk menarik minat penggemar film. Tema utama konten @watchmenID adalah ulasan film, mereka terus berupaya menyajikan konten yang mudah dipahami dan informatif untuk menarik minat penggemar film. Gaya penyampaian informasi yang detail dan berorientasi visual melalui media sosial, dan ulasan tersebut berkolerasi baik dengan keputusan para pengikutnya untuk menonton film. Melalui akun tersebut minat penonton terhadap film yang diulas sangat tinggi mengingat akibat gaya konten mereview yang sangat menarik minat penonton. Dengan demikian, @WatchmenID berperan sangat penting sebagai penghubung film lokal dengan calon penonton yang berminat dan demikian memberikan kontribusi yang nyata dalam meningkatkan partisipasi dan minat terhadap industri perfilman lokal.

Hasil observasi terkait akun Twitter dan komunitas online @WatchmenID ini sejalan dengan Teori media sosial oleh Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, yang mendefinisikan media sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang memungkinkan adanya pertukaran konten buatan pengguna. Dalam hal ini media sosial memiliki beberapa ciri yaitu pesan dapat disampaikan kepada banyak orang tidak hanya kepada satu orang saja, pesan yang dikirim secara bebas, pesan cenderung tersampaikan lebih cepat dibandingkan media lain, penerima pesan dapat menentukan waktu mereka berinteraksi. Ini memungkinkan terjadinya komunikasi

dua arah yang efektif dan real-time. Seperti Twitter yang menjadi salah satu media sosial yang paling populer dengan fitur komunitas online nya (Anand & Rahmansyah, 2021).

## 2. Strategi Pembangunan Komunitas

Komunikasi informal adalah proses komunikasi yang berlangsung tanpa memandang struktur organisasi ataupun komunitas tersebut. Bentuk komunikasi ini diakui secara sosial karena proses komunikasi bersifat pribadi dan bukan berorientasi pada organisasi (Putri V. K., 2021). Akun Twitter @WatchmenID selalu menggunakan bahasa yang informal di mana gaya bahasa tersebut sangat menarik dan membuat pengikut akun tersebut sangat terhibur dengan penjelasan yang diberikan. Penjelasan dengan bahasa informal lebih disukai karena tidak kaku sehingga pengguna tidak bosan saat membacanya, pengguna juga menjadi ada kedekatan secara tidak langsung dengan admin dari @WatchmenID. Selain itu, gaya bahasa yang sederhana, diselingi dengan istilah-istilah gaul dapat membuat konten ulasan semakin menarik. Sistem penilaian menggunakan emotikon dan kata-kata asing sebagai bentuk reaksi setelah menonton film yang diulas menjadi salah satu hal unik di akun ini. Hal ini membuat pengikut akan bertanya-tanya berapakah nilai untuk film yang diulas dan berujung penasaran sehingga pengikut akan menonton film tersebut. Menggunakan tagar (#) khusus seperti #wmidreview pada thread ulasan film untuk memudahkan pengikut mencari konten review, bahkan mengumpulkan thread ulasan film yang sudah di posting di tahun 2024 menjadi satu artikel agar thread ulasan terstruktur dan mudah mencari nya.

**WatchmenID** @WatchmenID · 4 hari  
Marvel Studios merilis poster terbaru Captain America: Brave New World di pagelaran D23 Brazil.

Ada yang masih antusias sama project projectnya Marvel Studios?

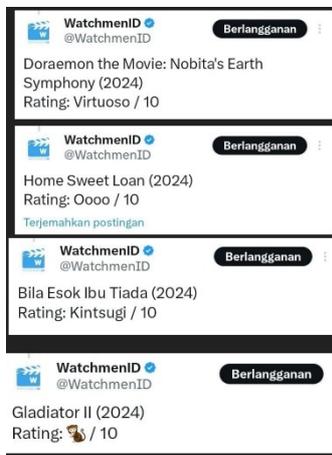
128 126 798 108rb

**WatchmenID** @WatchmenID · 4 hari  
Masih seberapa antusias kah Anda dengan project projectnya Marvel Studios?

Masih Antusias Banget!	12%
Ya mayan lah	30%
<b>Hhhh</b>	<b>57%</b>

5.351 suara • Hasil akhir

Gambar 2: Interaksi pertanyaan terkait film Captain America melalui poling



Gambar 3: Penilaian film dengan emotikon dan kata asing



Gambar 4: Kumpulan Thread Ulasan Film dalam satu Artikel

### 3. Jenis Konten yang Mendapat Respons Tinggi

Hasil analisis menunjukkan bahwa konten yang berisi informasi terbaru tentang film lokal, seperti jadwal rilis atau ulasan eksklusif, cenderung mendapat lebih banyak likes dan retweet dibandingkan konten umum tentang film Internasional. Peneliti melakukan perbandingan terhadap beberapa film lokal dan film Internasional yang tayang di tahun 2024, dan sudah diberi ulasan dalam bentuk postingan thread. Untuk film lokal peneliti mengambil dua judul film yaitu Ipar Adalah Maut dan Home Sweet Loan sedangkan untuk film internasional peneliti memilih film The Wild Robot dan Gladiator II.



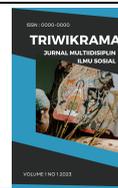
**Gambar 5:** Film lokal Ipar Adalah Maut dan Home Sweet Loan



**Gambar 6:** Film Internasional The Wild Robot dan Gladiator II

Dari gambar di atas dapat di analisis tingkat keterlibatan (Engagement) yang di dapat dari keempat film tersebut.

Judul Film	Viewer/ dilihat	Likes/ menyukai	Retweet /posting ulang	Komentar
Ipar Adalah Maut (film lokal)	4,6 juta	13 ribu	1,8 ribu	416
Home Sweet Loan (film lokal)	3,2 juta	19 ribu	3 ribu	317
The Wild Robot (film internasional)	128 ribu	753	184	23



Gladiator II (film internasional)	115 ribu	668	86	28
-----------------------------------	----------	-----	----	----

Dapat disimpulkan bahwa postingan thread yang berkaitan dengan ulasan film, khususnya film lokal lebih diminati oleh pengguna dan mendapatkan respon yang cukup tinggi. Terlebih lagi jika film lokal tersebut adalah film adaptasi dari buku fiksi, postingan viral, ataupun kisah nyata seseorang. Hal ini membuat pengguna penasaran bagaimana adaptasi tersebut jika dijadikan sebuah film.

#### **4. Peran Interaksi dalam Membangun Komunitas**

Peran interaksi dalam membangun komunitas sangatlah penting, apalagi terhadap komunitas online seperti akun twitter @watchmenID. Dengan melakukan interaksi kepada para pengikutnya ataupun kepada masyarakat pengguna platform tersebut dapat membangun citra diri dalam komunitas tersebut. Sehingga masyarakat dapat beranggapan bahwa komunitas yang berada dalam akun tersebut sangat lah menyenangkan dalam menyampaikan informasi ataupun melakukan interaksi untuk menjalin keakraban dengan para pengikutnya. Hasil observasi juga menunjukkan bahwa akun @WatchmenID aktif merespon komentar, melakukan posting ulang (Retweet), mempromosikan event film, melakukan diskusi baik melalui postingan thread atau fitur Twitter Spaces dan mengadakan acara nonton bareng (Nobar). Aktivitas seperti ini dapat memperkuat interaksi antar pengikut, sekaligus menciptakan rasa kebersamaan di dalam komunitas.

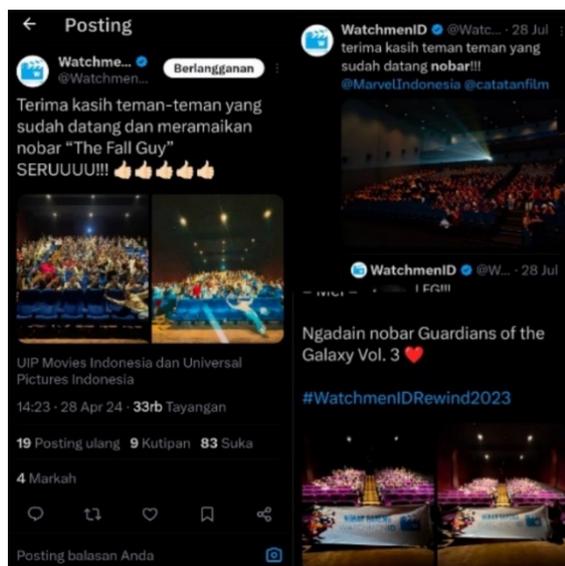
Hasil observasi di atas sejalan dengan teori komunitas virtual yang dikembangkan oleh penulis sekaligus pemikir terkemuka, Howard Rheingold. Teori ini membahas pengaruh komunikasi virtual dalam memahami interaksi sosial di dunia digital. Menurutnya, komunitas virtual adalah kelompok orang yang terhubung melalui internet, di mana mereka berinteraksi dan membangun hubungan personal yang mendalam. Ada beberapa karakteristik komunikasi virtual menurut Rheingold (Amellia, Sari, Zulfiqor, Cahyo, & Nisa, 2024):

- a. Adanya hubungan berkelanjutan yang melibatkan anggota komunitas dalam melakukan diskusi dan interaksi
- b. Adanya hubungan yang melibatkan perasaan emosional dalam interaksi, hal ini dapat membangun hubungan yang lebih dalam antar anggota.
- c. Komunitas terbentuk berdasarkan hobi atau kepentingan bersama, memungkinkan anggota untuk berbagi pengalaman dan pengetahuan.

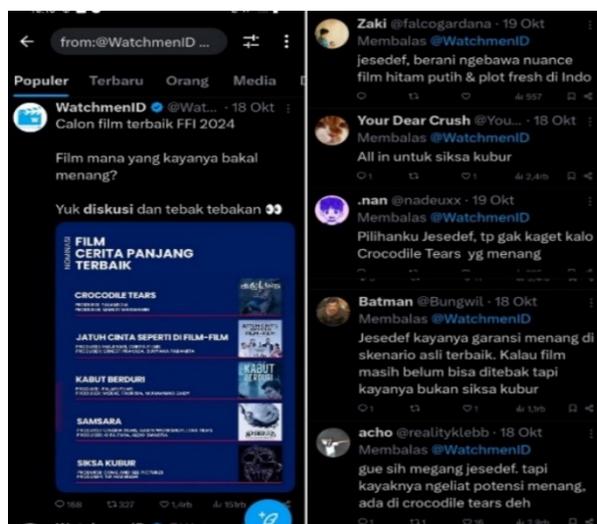
Dari penjelasan teori komunikasi virtual oleh Rheingold, ini sesuai dengan konsep komunitas online yang terdapat di twitter khususnya pada akun @WatchmenID. Mereka membentuk komunitas karena memiliki hobi dan minat yang sama yaitu seputar perfilman. Di komunitas tersebut pengguna dapat saling berinteraksi dan berdiskusi mengenai hobi mereka.



Gambar 7 : interaksi dengan merespon komentar



Gambar 8 : interaksi dengan menonton film Bersama



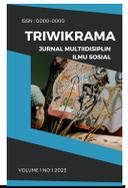
**Gambar 9** : interaksi diskusi mengenai nominasi film cerita panjang terbaik

**Dari hasil analisis di atas dapat dibuat tabel mengenai strategi akun @WatchmenID dalam membangun komunitas**

<b>Kode</b>	<b>Kategori</b>	<b>Isi Tweet yang Diposting</b>	<b>Penjelasan</b>
<b>STR-Komunikasi</b>	Strategi Komunikasi	“Oke berikut review kami untuk film....”  Dengan tagar #wmidreview	Menggunakan thread untuk memberikan ulasan terkait film yang sedang tayang. Mulai dari trailer, alur cerita, sinematografi, dan karakter pemeran.
<b>ENG-Like</b>	Keterlibatan (likes)	“Film ini wajib banget kamu tonton! Sudah nonton? Like kalau setuju!”	Menggunakan ajakan emosional untuk mendapatkan likes
<b>ENG-RT</b>	Keterlibatan (Retweet)	“Promo buy 1 get 1 ticket bioskop di CGV bayar dengan aplikasi”	Memanfaatkan retweet untuk menyebarkan informasi lebih luas
<b>ENG-Diskusi</b>	Keterlibatan (komentar)	“calon film terbaik FFI 2024 Film mana yang kayaknya bakal menang? Yuk diskusi dan tebak-tebakan”	Menggunakan pertanyaan untuk memancing diskusi aktif di kolom komentar.
<b>COM-Nobar</b>	Acara Offline	“Menghadiri screening film HERETIC Film A24 yang satu ini bakal tayang 20 November 2024!”	Memanfaatkan acara offline untuk membangun hubungan lebih dekat dengan komunitas.

**Penjelasan dari Tabel di atas:**

- 1) Kode STR-Komunikasi menjelaskan strategi komunikasi apa yang digunakan oleh akun @WatchmenID untuk menyampaikan informasi, dalam hal ini Thread paling sering digunakan. Semua bentuk ulasan tentang film disampaikan melalui fitur Thread.



- 2) Kode ENG merupakan Engagement atau keterlibatan pengikut dalam Likes, Retweet atau posting ulang, dan Diskusi (komentar). Hal ini mempengaruhi tingkat interaksi yang terjadi dalam komunitas.
- 3) Kode COM-Nobar merupakan Community, yang mengacu pada kegiatan yang dapat memperkuat tingkat interaksi dalam komunitas, baik secara online maupun offline. Seperti kegiatan nonton bareng (nobar) dan mengunjungi event yang berkaitan dengan film.

Berdasarkan hasil pengelompokkan dan analisis di atas bahwa strategi komunikasi akun @WatchmenID adalah dengan menggunakan fitur Thread untuk menyampaikan informasi secara mendalam, terutama pada topik seperti rekomendasi film. Hal ini menunjukkan Pemanfaatan fitur media sosial yang efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas.

Hasil observasi di atas mendukung teori keterlibatan pengguna atau user engagement oleh Brodie et al., (2013) yang menekankan pentingnya keterlibatan konsumen dalam konteks komunitas online dan media sosial (Aulia & Harto, 2024). Teori ini membuat beberapa dimensi yang dapat mempengaruhi keterlibatan pengguna dalam berinteraksi dengan komunitas. Beberapa dimensi tersebut adalah dimensi kognitif, melihat keterlibatan pengguna secara kognitif dengan memahami dan memperhatikan informasi tentang layanan yang ditawarkan. Kemudian ada dimensi emosional, keterlibatan emosional dapat mendorong loyalitas pengguna untuk berpartisipasi lebih aktif. Dan ada dimensi perilaku, di mana hal ini dapat mempengaruhi tindakan pengguna dalam memanfaatkan fitur dalam komunitas di media sosial seperti berbagi konten, memberikan komentar, dan berinteraksi dengan sesama anggota. Ini menunjukkan seberapa aktif pengguna di dalam komunitas (Sulistiyono & Jakaria, 2022).

#### **D. KESIMPULAN**

Berdasarkan dari hasil dan observasi peneliti mengenai strategi dalam membangun komunitas online analisis akun Twitter @WatchmenID dapat dilihat dari beberapa kunci dan aspek yang akan dijelaskan dengan mengacu pada beberapa teori yang relevan yaitu ;

- 1) Interaksi aktif dengan pengikut akun @WatchmenID membangun komunikasinya terutama dengan berinteraksi langsung. Hal ini terlihat jelas dengan aktifnya menanggapi reply (komentar), me-retweet, dan mention orang lain dalam tweet. Hal ini akan menciptakan hubungan yang lebih dekat dan interaktif antara followers dengan akun twitter tersebut. Teori keterlibatan oleh *Brodie et al* membentuk hubungan emosional antara keterlibatan pengguna dalam sebuah komunitas online dengan demikian, pengikut tidak hanya merasa seperti penonton, tetapi bagian dari komunitas.
- 2) Penggunaan bahasa informal, @WatchmenID menggunakan kata-kata yang informal dan santai saat menyampaikan pesan agar terdengar akrab, ramah, dan mudah dicerna. Langkah semacam itu akan mempersempit kesenjangan antara pengelola akun dan pengikut mereka dengan memberikan mereka gambaran tentang bagaimana percakapan media sosial adalah percakapan di antara teman-teman dan bukan komunikasi satu arah yang formal. Teori media sosial seperti yang dijelaskan oleh *Andreas Kaplan dan Michael Haenlein*, didasarkan pada teori yang autentik, komunikasi informal untuk membangun



keterikatan yang baik dengan konsumen melalui media sosial, karena orang akan lebih bebas mengekspresikan yang terkait dengan hal-hal atau minat pribadi.

- 3) Efektivitas pada media sosial sebagai alat komunikasi media sosial, khususnya Twitter, menyediakan komunikasi yang cepat dan mudah diakses oleh banyak orang. Fitur-fitur lain seperti retweet, like, dan mention semakin mendukung hal ini karena membantu menyebarkan pesan dan memberi mereka lebih banyak visibilitas. Seperti yang di teorikan oleh Howard Rheingold yaitu teori komunitas online. Menyediakan media sosial untuk muncul berkomunikasi satu sama lain meskipun tidak ada kontak fisik. Di @WatchmenID, Twitter adalah tempat di mana para penggemar dapat berbagi minat yang sama dan berinteraksi atau setidaknya memiliki ruang di mana hal-hal yang relevan dapat didiskusikan.

Kesimpulan akhir secara umum, memprioritaskan interaksi aktif, menggunakan bahasa informal, dan menggunakan Twitter sebagai media komunitas sejauh ini merupakan strategi efektif @WatchmenID. Hal ini memungkinkan pertumbuhan komunitas mereka menjadi berkembang dan terasa lebih organik. Oleh karena itu, strategi semacam itu dapat meningkatkan rasa kebersamaan, keterlibatan, dan loyalitas di antara para anggota komunitasnya.

## E. DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, J. (2018). Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis). *ResearchGate*, 1-20.
- Amellia, A. R., Sari, A. E., Zulfiqor, A. A., Cahyo, N. G., & Nisa, P. K. (2024). Pola Interaksi Online Pengguna X terhadap Komunitas "Marah-Marah" di Platform X. *Kampus Akademik Publisng: Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 54-67.
- Anand, F. A., & Rahmansyah, I. F. (2021). Media Sosial Sebagai Sarana Peningkatan Profit Bisnis di Era Pandemi. *Seminar Nasional Sistem Informasi 2021, Fakultas Teknologi Informasi-UNMER Malang*, 1-6.
- Ardan, F. (2021, Desember Jumat). Pengertian, Jenis-Jenis, serta Fungsi Media. Jakarta, Indonesia.
- Aulia, R. N., & Harto, B. (2024). Membangun Keterlibatan Konsumen Melalui Strategi Konten Marketing dalam Live Streaming: Analisis Kualitatif terhadap Brand yang Berhasil di Shopee. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 5721-5736.
- Eraspace. (2024, Januari 22). Beberapa Tahun Lalu, Sejarah Twitter Terukir Melalui Domainnya.
- Maulid, R. (2021, Mei 25). *Mengenal Analisis Konten dalam Analisis Data Kualitatif*. Diambil kembali dari DQLab AI-Powered Learning: <https://dqlab.id/mengenal-analisis-konten-dalam-analisis-data-kualitatif#:~:text=Analisis%20konten%20atau%20isi%20ini%20biasanya%20tersedia%20dalam,sosial%20dapat%20menggunakan%20analisis%20isi%20sebagai%20metode%20pe%20nelitian>.
- Putri, A. C. (2024, Oktober 16). Metode Penelitian Kualitatif: Pengertian, Jenis, Kelebihan dan Kekurangannya. Indonesia.

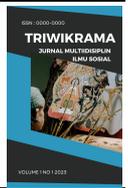
---

## Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial

Volume 06, Number 01, 2024

E-ISSN: 2988-1986

Open Access:



- 
- Putri, V. K. (2021, Desember 13). Komunikasi Formal dan Informal dalam Organisasi. Indonesia.
- Saputra, P. D. (2019). Pengaruh Persepsi Konten Review Film Indonesia pada Akun Twitter @WatchmenID Terhadap Minat Penonton. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 280-289.
- Sulistiyono, A., & Jakaria. (2022). Analisis Pengaruh Sosial Media Engagement Terhadap Relationship Quality yang Dimediasi Oleh Faktor-Faktor Relationship Management. *Equilibrium*, 53-65.
- Umar, M. F., & Suryanto. (2019). Sense of Community pada Komunitas YourRaisa Surabaya. *Jurnal Psikologi: Media Ilmiah Psikologi*, 54-58.