
Analisis Komunikasi Media Sosial dalam Bidang Militer : Twitter/X TNI Al (@_Tnial_) Sejak 2018-2022

Inas Alya Haura

Paramadina Graduate School Of Diplomacy, Universitas Paramadina, Indonesia

Korespondensi penulis: armaghanalya@gmail.com

Abstract. *Today we live in an interconnected digital world. Social media is present as a pervasive component in this digital era whose presence dominates our lives. Facebook, Twitter or X, and Instagram all provide modern forms of engagement for organizations including the Indonesian Navy to the general public. Social media can be utilized by both individuals and groups as an effective form of modern communication and functions as a useful and dynamic interaction tool. Regardless of its good and bad impacts, social media can capture a lot of information regarding organizational operations, responsibilities, projects and related details about Communication Technology. In this paper, we will discuss the results and how the Indonesian Navy military has utilized the use of social media so that it can be represented via Twitter/X social media within a period of five years.*

Keywords: *Digital Strategy, Military, Social Media.*

Abstrak. Hari ini kita hidup di dunia digital yang saling terhubung. Media sosial hadir sebagai komponen yang meresap dalam era digital ini, yang kehadirannya mendominasi kehidupan kita. Facebook, Twitter atau X, dan Instagram semuanya menyediakan bentuk keterlibatan modern bagi organisasi, termasuk TNI Angkatan Laut Indonesia, kepada masyarakat umum. Media sosial dapat dimanfaatkan oleh individu maupun kelompok sebagai bentuk komunikasi modern yang efektif dan berfungsi sebagai alat interaksi yang dinamis dan bermanfaat. Terlepas dari dampak positif dan negatifnya, media sosial dapat menangkap banyak informasi terkait operasi organisasi, tanggung jawab, proyek, dan detail terkait Teknologi Komunikasi. Dalam makalah ini, kami akan membahas hasil dan bagaimana militer TNI Angkatan Laut telah memanfaatkan penggunaan media sosial sehingga dapat diwakili melalui media sosial Twitter/X dalam jangka waktu lima tahun.

Kata kunci: Media Sosial, Militer, Strategi Digital.

1. LATAR BELAKANG

Saat ini, kita memiliki kemampuan untuk terhubung, berbagi, berkomunikasi, dan saling memengaruhi melalui media yang mudah diakses. Media sosial telah menjadi platform berbasis digital yang menyediakan forum bagi penggunanya untuk mengungkapkan pendapat (Thomas Elkjer Nissen, 2017). Perkembangannya terjadi secara signifikan, membentuk opini publik dan menggambarkan berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam konteks militer. Seperti yang kita ketahui, tugas TNI merupakan salah satu upaya untuk mencapai tujuan nasional sebagaimana tercantum dalam pembukaan UUD 1945, yaitu “Melindungi segenap bangsa dan seluruh tumpah darah Indonesia.” Selain itu, sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2004 tentang TNI, tugas pokok TNI adalah menegakkan kedaulatan negara, melindungi keutuhan wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia, dan menjaga keselamatan segenap bangsa dari ancaman militer maupun non-militer. Revolusi informasi telah membawa banyak perkembangan besar yang perlu diperhatikan dalam strategi dan pendekatan militer, di

mana baik Angkatan Darat, Angkatan Laut, maupun Angkatan Udara terbuka terhadap fenomena ini.

Media sosial telah mengubah cara orang berinteraksi dan menggunakan media sosial secara efektif untuk membantu militer lebih memahami situasi terkini. Penggunaan media sosial yang berhasil memiliki potensi untuk melibatkan militer dalam meningkatkan kesadaran situasional dalam mencapai tujuannya secara lebih inovatif. Faktanya, hal ini menjadi semakin relevan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat. Penyebaran ponsel pintar dengan berbagai fitur yang mudah diperoleh membuat masyarakat dapat mengakses media sosial dengan lebih mudah dan murah. Perubahan dalam komunikasi ini telah menyediakan forum di mana pengguna menghasilkan konten yang ditargetkan kepada rekan-rekan mereka. Ada banyak contoh media sosial yang populer seperti Instagram, Facebook, dan X/Twitter yang banyak digunakan.

Penelitian ini mengeksplorasi lebih dalam peran media sosial dalam merepresentasikan TNI Angkatan Laut sebagai salah satu unit militer Indonesia. Sebagai contoh konkret dalam merespons perkembangan media sosial, khususnya aplikasi X (Twitter), akun resmi Twitter TNI AL (@*TNIAL*) yang dikelola oleh Dinas Penerangan TNI AL memiliki tugas sebagai salah satu perwakilan unit TNI AL. Misalnya, pada tanggal 24 Januari 2024, akun resmi @*TNIAL* mempublikasikan informasi terbaru bahwa TNI Angkatan Laut telah melakukan *Courtesy Call* kepada Panglima Angkatan Laut LAF (*Lebanese Armed Forces*) di Beirut. Dalam diskusi singkat tersebut, tujuan yang ingin dicapai adalah meningkatkan hubungan kerja sama dan pengembangan kapasitas melalui beberapa program kegiatan interaksi dan latihan.

Tentu saja, dari unggahan yang diterbitkan oleh akun @*TNIAL* dan terhubung dengan situs resmi TNI AL, masyarakat umum juga mengetahui bahwa Tentara Nasional Indonesia menjaga hubungan baik dengan militer negara lain (Angkatan Laut, 2024). Dalam kaitannya dengan masyarakat, tentu kita dituntut untuk mampu mengomunikasikan dan mentransformasikan kinerja TNI AL itu sendiri, baik di lingkungan internal maupun eksternal TNI, guna meningkatkan interoperabilitas jajaran TNI untuk mendukung tugas pokok dari semua dimensi TNI. Melalui analisis mendalam terhadap konten yang dihasilkan dan dikonsumsi di media sosial, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana TNI Angkatan Laut direpresentasikan dalam ranah digital. Dalam era informasi digital saat ini, representasi di media sosial memiliki dampak besar terhadap persepsi publik terhadap eksistensi dan peran militer.

Kejujuran dan netralitas TNI tanpa melibatkan diri dalam politik juga dijunjung tinggi oleh TNI sebagai bentuk profesionalisme dan kemampuan tinggi seorang prajurit. Hal ini dapat dibuktikan dari unggahan TNI Angkatan Udara pada 19 Desember 2023 melalui akun resmi X/Twitter @_TNIAU, yang menyatakan bahwa setiap prajurit tidak berpihak dan tidak memberikan dukungan kepada partai politik mana pun atau pasangan calon yang didukung, serta tidak melibatkan diri dalam kegiatan politik praktis. Selain itu, fasilitas, tempat/sarana, dan prasarana milik TNI tidak digunakan untuk mendukung calon maupun partai politik, hingga Panglima TNI Jenderal H. turut menegaskan bahwa TNI harus tetap netral (Tentara Nasional Indonesia, 2024). Dari unggahan ini, netizen dapat melihat bahwa netralitas adalah prioritas bagi setiap anggota militer. Peran prajurit yang bijaksana dalam merespons perkembangan media sosial akan mampu mendukung tugas prajurit di bidang pertahanan. Prajurit dituntut untuk merespons perkembangan media sosial secara interpersonal dan bertanggung jawab sebagai sosok yang memberikan dampak positif bagi TNI.

Tentu saja, dari unggahan yang diterbitkan oleh akun @TNIAL dan terhubung dengan situs resmi TNI AL, masyarakat umum juga mengetahui bahwa Tentara Nasional Indonesia menjaga hubungan baik dengan militer negara lain (Angkatan Laut, 2024). Dalam kaitannya dengan masyarakat, tentu kita dituntut untuk mampu mengomunikasikan dan mentransformasikan kinerja TNI AL itu sendiri, baik di lingkungan internal maupun eksternal TNI, guna meningkatkan interoperabilitas jajaran TNI untuk mendukung tugas pokok dari semua dimensi TNI. Melalui analisis mendalam terhadap konten yang dihasilkan dan dikonsumsi di media sosial, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana TNI Angkatan Laut direpresentasikan dalam ranah digital. Dalam era informasi digital saat ini, representasi di media sosial memiliki dampak besar terhadap persepsi publik terhadap eksistensi dan peran militer.

Kejujuran dan netralitas TNI tanpa melibatkan diri dalam politik juga dijunjung tinggi oleh TNI sebagai bentuk profesionalisme dan kemampuan tinggi seorang prajurit. Hal ini dapat dibuktikan dari unggahan TNI Angkatan Udara pada 19 Desember 2023 melalui akun resmi X/Twitter @_TNIAU, yang menyatakan bahwa setiap prajurit tidak berpihak dan tidak memberikan dukungan kepada partai politik mana pun atau pasangan calon yang didukung, serta tidak melibatkan diri dalam kegiatan politik praktis. Selain itu, fasilitas, tempat/sarana, dan prasarana milik TNI tidak digunakan untuk mendukung calon maupun partai politik, hingga Panglima TNI Jenderal H. turut menegaskan bahwa TNI harus tetap netral (Tentara Nasional Indonesia, 2024). Dari unggahan ini, netizen dapat

melihat bahwa netralitas adalah prioritas bagi setiap anggota militer. Peran prajurit yang bijaksana dalam merespons perkembangan media sosial akan mampu mendukung tugas prajurit di bidang pertahanan. Prajurit dituntut untuk merespons perkembangan media sosial secara interpersonal dan bertanggung jawab sebagai sosok yang memberikan dampak positif bagi TNI.

Berdasarkan latar belakang ini, tujuan dari analisis ini adalah untuk memberikan kontribusi terhadap strategi militer dalam melihat bagaimana TNI Angkatan Laut menggunakan media sosial sebagai sarana untuk berkomunikasi, membangun citra, dan memberikan informasi kepada publik. Sebagai bagian integral dari kehidupan, media sosial seperti ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang peran media sosial dalam merepresentasikan institusi TNI, khususnya TNI Angkatan Laut, serta implikasinya terhadap hubungan antara militer dan masyarakat dalam konteks digital. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini, data yang digunakan berfokus pada periode 2018-2022 yang diakses dari akun media sosial resmi TNI Angkatan Laut di platform X/Twitter.

2. KAJIAN TEORITIS

Bagian Tinjauan pustaka disusun sebagai upaya untuk meneliti beberapa literatur berupa jurnal dan buku yang memiliki teori atau pendapat yang membahas tentang perang universal atau perang total. Teori dan teknik yang digunakan meliputi mencari kesamaan (dukungan), mencari perbedaan (kekurangan dukungan), memberikan pandangan, membandingkan, dan merangkum. Berikut ini beberapa literatur yang memiliki keterkaitan dengan topik yang dibahas:

Jurnal berjudul *The Role of Indonesian Army Soldiers in Responding Development of Social Media* yang ditulis oleh Dian Nur Huda, Samsul Wahidin, dan Sri Hartini Jatmikowati dan diselesaikan pada tahun 2020. Dalam penelitian ini, penekanannya lebih pada respon internal terhadap kemajuan teknologi berupa media sosial yang memerlukan kemampuan khusus untuk memainkan peran dalam pengawasan informasi, sebagai sarana pertukaran informasi, proses penilaian situasi ancaman, serta pengambilan keputusan untuk menghadapi ancaman yang muncul. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis peran Prajurit TNI AD di Unit Informasi Kodam V/Brawijaya dengan fokus utama pada perkembangan media sosial terkait tugas pokok, menggambarkan, dan menganalisis faktor pendukung serta penghambat peran TNI AD (Dian Nur Huda, Nov-Dec 2020).

Jurnal lainnya diterbitkan oleh *International Journal of Cyber Warfare and Terrorism* yang ditulis oleh Namosha Veerasamy dan William Aubrey Labuschagne berjudul *Framework for Military Applications of Social Media*. Artikel ini menjelaskan bagaimana media sosial telah merevolusi cara orang berkomunikasi dan berinteraksi. Artikel ini membahas dukungan penggunaan media sosial di kalangan militer dan bagaimana media ini dapat dimanfaatkan untuk latihan militer. Artikel ini mengkaji kapasitas tinggi media sosial dalam komunitas militer serta pendekatan menyeluruh untuk mengarahkan metode penggunaannya. Dalam artikel ini juga dibahas kekurangan seperti tantangan dan kekhawatiran yang tidak dapat diabaikan. Dalam komunitas militer, diperlukan pengelolaan dan kebijakan yang sesuai untuk mendukung dan memantau komunikasi melalui media sosial. Hal ini dapat membantu mengurangi risiko kebocoran informasi serta memberikan panduan tentang cara yang tepat untuk menggunakan media dalam berbagi informasi. Dengan bantuan dan dukungan dari kepemimpinan, individu dapat lebih sadar akan apa yang mereka posting dan lihat secara online. Artikel ini menekankan pentingnya strategi yang tepat untuk mengarahkan pengguna media sosial baik secara pribadi maupun profesional (Namosha Veerasamy, 2018).

3. METODE PENELITIAN

Metode analisis sangat penting dalam pelaksanaan penelitian. Untuk itu, metode analisis kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan secara kompleks dan dinamis bagaimana pandangan publik terhadap TNI Angkatan Laut melalui media sosial Twitter. Menurut Umar Suryadi Bakry, penelitian kualitatif membahas strategi untuk menganalisis suatu peristiwa atau fenomena sosial yang terjadi. Hasil penelitian yang menggunakan metode kualitatif biasanya dijelaskan melalui hasil analisis terkait data yang telah disediakan atau yang sering disebut dengan analisis deskriptif (Bakry, 2016). Pengumpulan data dilakukan melalui internet, khususnya melalui platform Twitter/X, yang kemudian diolah menggunakan perangkat lunak MAXQDA. Pendekatan penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan analisis mengenai pandangan publik terhadap TNI AL serta melihat kontribusi dan strategi terbaik yang dilakukan oleh TNI AL.

4. TEORI DAN KONSEP

Teori Pestels

PESTELS adalah sebuah teori dalam prinsip pemasaran yang dalam implementasinya dapat digunakan dalam industri dan bisnis untuk menentukan situasi, arah, dan potensi organisasi serta perencanaan strategis. Dengan kata lain, PESTELS juga dapat dijalankan berdasarkan kerangka kerja PESTELS, di mana sebelumnya PESTELS berasal dari analisis PEST. Seiring waktu dan setelah mengkaji literatur dari berbagai sumber lainnya, teori ini menunjukkan bahwa isu keamanan juga merupakan faktor utama yang harus dipertimbangkan. Dalam perkembangan penelitian lebih lanjut, telah ada klasifikasi yang mencakup: Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan, Hukum, dan Keamanan. Tujuannya tetap sama, yaitu memberikan pendekatan yang berguna untuk menentukan berbagai faktor yang perlu dipertimbangkan terkait suatu topik. Oleh karena itu, kerangka kerja PESTELS harus mencakup keamanan sebagai faktor tambahan (al, 2020).

The Big 5 Personalities

Teori "Model Lima Besar" (Big Five Model) tentang ciri-ciri kepribadian dikemukakan oleh seorang psikolog terkenal, Lewis Goldberg. Teori ini digunakan sebagai pendekatan yang dianggap konsisten untuk menilai kepribadian, yang dapat tercermin dan dinilai dari bagaimana seseorang berperilaku, baik dalam kehidupan sehari-hari maupun khususnya di dunia kerja. Dari perilaku ini, akan muncul pola tindakan tertentu (S ROTHMANNE, 2003). Banyak peneliti saat ini sepakat bahwa perbedaan individu dapat diorganisasikan ke dalam lima dimensi utama, yaitu Openness (Keterbukaan), Conscientiousness (Kesadaran/Ketelitian), Extraversion (Ekstroversi), Agreeableness (Keramahan), dan Neuroticism (Neurotisme). Untuk memudahkan mengingat, teori ini disingkat menggunakan huruf awal dari setiap dimensi sehingga membentuk kata "OCEAN".

Peran Media Sosial dalam Militer

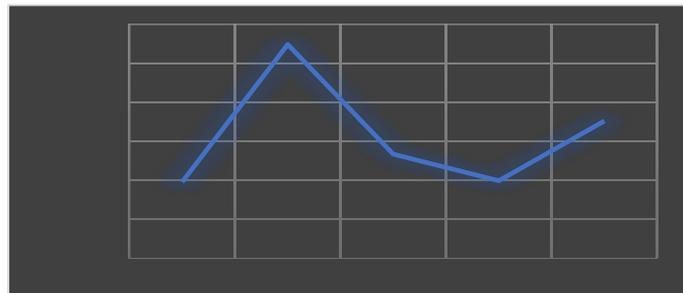
Penggunaan media sosial yang efektif memiliki potensi untuk membantu militer memahami lingkungan tempat mereka beroperasi dengan lebih baik. Media sosial juga memungkinkan penggunaan informasi yang lebih gesit dalam mendukung operasi. Selain itu, media sosial dapat dimanfaatkan untuk membantu mencapai keselarasan upaya dengan mitra dalam situasi konflik. Menemukan cara yang cerdas dan inovatif untuk mencapai

tujuan yang diinginkan mungkin menjadi kunci keberhasilan di lingkungan media sosial yang terus berkembang. Sebagai elemen kekuatan nasional, informasi dapat secara kuat memengaruhi dan memberi wawasan kepada pemerintah, mengarahkan opini publik, memengaruhi hubungan internasional, mendorong tindakan militer, serta membangun atau menolak dukungan. Pendekatan yang terstruktur dalam penggunaan media sosial oleh militer bertujuan untuk mencegah kebocoran informasi, pengungkapan lokasi, pengumpulan informasi, dan pelanggaran keamanan secara keseluruhan (Namosha Veeramsy, 2018).

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Di era globalisasi ini, peran media sosial tidak hanya terbatas pada ranah peradaban sipil, tetapi juga merambah ke lingkungan militer. Media sosial kini menjadi saluran komunikasi yang sangat krusial di dunia militer, menjadi wadah untuk membangun keterbukaan dan keterhubungan dengan masyarakat luas (Knobloch et al., 2018). Salah satu cabang militer Indonesia yang secara aktif memanfaatkan potensi penggunaan media sosial adalah TNI Angkatan Laut (TNI-AL). Sejak Agustus 2011, TNI-AL telah menerapkan berbagai strategi komunikasi melalui platform media sosial seperti X/Twitter dengan nama akun @TNIAL.



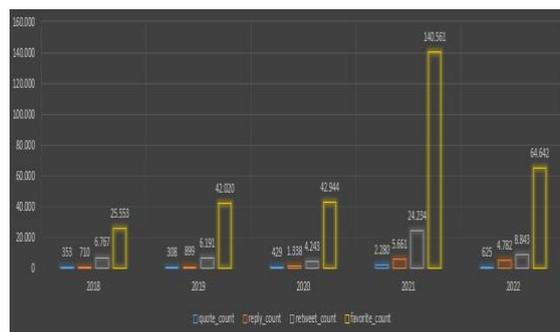
Gambar 1. Jumlah Postingan pada Akun X/Twitter TNI Angkatan Laut (2018-2022)

Sumber: Diolah Oleh Penulis

Berdasarkan akun resmi TNI-AL di X/Twitter, yaitu @TNIAL, diketahui bahwa total postingan yang dimiliki akun ini dari tahun 2018 hingga 2022 berjumlah 7.804 postingan. Pada tahun 2018, total postingan yang dimiliki akun @TNIAL adalah 978 postingan. Kemudian pada tahun 2019, akun ini memiliki total 2.744 postingan, yang menunjukkan peningkatan jumlah postingan pada akun tersebut dari tahun 2018 ke 2019.

Namun, pada tahun 2020 terjadi penurunan jumlah postingan dibandingkan tahun sebelumnya, di mana pada tahun tersebut jumlah total postingan yang dimiliki akun @TNI AL adalah 1.334 postingan. Selanjutnya, diketahui bahwa pada tahun 2021 jumlah postingan akun @TNI AL adalah 991 postingan, menunjukkan jumlah postingan yang lebih rendah dibandingkan tahun 2019 dan 2020. Penurunan jumlah postingan pada akun @TNI AL dari tahun 2019 hingga 2021 disebabkan oleh wabah pandemi Covid-19. Kehadiran pandemi ini menyebabkan berbagai aktivitas menjadi terbatas. Pembatasan aktivitas tersebut berdampak pada minimnya kegiatan yang diadakan di lingkungan eksternal, yang pada akhirnya menghasilkan minimnya postingan terkait aktivitas TNI-AL di lapangan.

Namun, tampaknya pada tahun 2022 akun @TNI AL mengalami peningkatan jumlah postingan, di mana pada tahun tersebut akun TNI-AL mengunggah 1.759 postingan. Jumlah ini lebih besar dibandingkan jumlah postingan pada tahun 2020 dan 2021. Selain itu, dapat dipahami pula bahwa peningkatan jumlah postingan ini terjadi bersamaan dengan meredanya wabah pandemi Covid-19.



Gambar 2. Jumlah Komentar, Balasan, Retweet, dan Favorit pada Akun X/Twitter TNI-AL (@_TNI AL) (2018–2022).

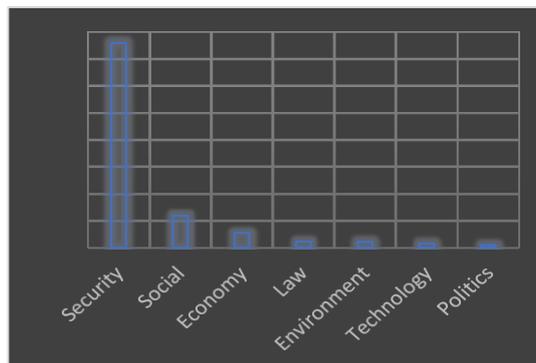
Sumber: Diolah Oleh Penulis

Selain jumlah postingan, pada akun media sosial TNI-AL juga diketahui adanya peningkatan jumlah komentar, balasan, retweet, dan favorit atau likes dari tahun 2018 hingga 2021. Peningkatan yang signifikan ini terutama berkaitan dengan kondisi pandemi Covid-19, di mana dalam kondisi tersebut masyarakat lebih banyak melakukan aktivitas di rumah dan lebih sering beraktivitas atau berinteraksi menggunakan perangkat untuk memperoleh berbagai jenis berita atau informasi yang mereka inginkan. Pada tahun 2022, terjadi penurunan signifikan dalam jumlah komentar, balasan, retweet, dan favorit. Penurunan ini terjadi karena pada tahun tersebut pandemi Covid-19 mulai mereda dan izin

untuk melakukan aktivitas di luar rumah secara bertahap mulai diberikan. Seiring dengan meredanya tingkat pandemi Covid-19, dapat diasumsikan bahwa hal ini menyebabkan penurunan tingkat ketergantungan pada penggunaan gadget selama masa pandemi.

Fokus Diskusi dalam Postingan Akun Media Sosial TNI-AL di X/Twitter

Di media sosial, postingan merupakan sumber yang baik untuk berbagi informasi, pengetahuan, dan cerita mengenai kegiatan atau peristiwa (Naini et al., 2019). Selain itu, dalam setiap postingan biasanya terdapat topik, isu, atau sesuatu yang menarik untuk diangkat atau dibahas oleh audiens. Topik atau isu ini dapat berupa informasi yang membahas hal-hal terkait ekonomi, lingkungan, keamanan, politik, regulasi atau hukum, dan sebagainya. Dalam hal ini, akun media sosial TNI-AL di X/Twitter juga sering memposting berbagai hal yang menampilkan topik atau isu tertentu sebagaimana disebutkan. Oleh karena itu, menjadi menarik untuk mengetahui topik atau isu apa yang sering menjadi fokus diskusi atau yang sering diangkat di akun media sosial TNI-AL di X/Twitter.



Gambar 3. Fokus Diskusi dalam Postingan X/Twitter TNI-AL (2018–2022)

Sumber: Diolah oleh Penulis

Dengan menggunakan kerangka kerja PESTLES, diketahui bahwa akun media sosial X/Twitter milik TNI-AL dari tahun 2018 hingga 2022 cenderung secara dominan berfokus pada diskusi terkait keamanan dan pertahanan dengan persentase sebesar 76%. Hal ini menunjukkan bahwa akun tersebut telah melaksanakan tugasnya sesuai dengan konteks TNI-AL sebagai bagian dari dunia pertahanan dan keamanan nasional. Selanjutnya, ditemukan bahwa 11,8% postingan X/Twitter milik TNI-AL membahas topik yang berfokus pada domain sosial seperti bantuan kemanusiaan, penanganan Covid-19, dan sebagainya.

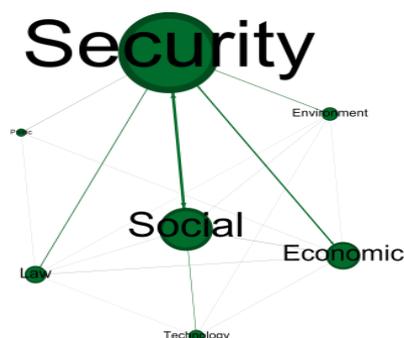


Gambar 4. Postingan Akun X/Twitter TNI-AL yang Berfokus pada Topik Sosial

Sumber: Twitter, 2022

Selain itu, juga diketahui bahwa 5,5% postingan pada akun media sosial X/Twitter milik TNI-AL sering mengunggah postingan yang berkaitan dengan topik ekonomi. Selanjutnya, ditemukan bahwa 2,2% dari postingan pada akun tersebut berfokus pada topik yang berkaitan dengan regulasi atau hukum. Selain itu, diketahui bahwa dari tahun 2018 hingga 2020, postingan yang berfokus pada pembahasan topik lingkungan memiliki persentase sebesar 2,1%. Kemudian pada akun media sosial X/Twitter TNI-AL, ditemukan bahwa 1,5% dari postingannya terkait dengan topik teknologi.

Terakhir, juga diketahui bahwa akun media sosial X/Twitter milik TNI-AL dalam hal ini sangat sedikit memuat postingan yang terkait dengan topik politik, dengan persentase sebesar 0,9%. Hal ini menunjukkan bahwa TNI-AL menjaga posisinya untuk tetap netral dan tidak mengikuti polarisasi politik yang ada di dunia nyata maupun di dunia digital.



Gambar 5. Jaringan dari Fokus Diskusi pada Postingan Akun Media Sosial

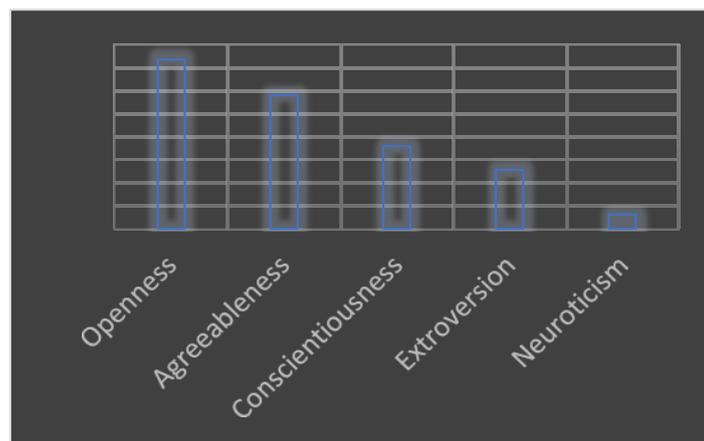
X/Twitter TNI-AL (2018–2022)

Sumber: Diolah oleh Penulis

Selanjutnya, berdasarkan analisis jaringan, diketahui bahwa postingan yang membahas tentang keamanan sering kali juga membahas hal-hal yang berkaitan dengan masalah sosial. Selain itu, postingan tentang keamanan juga sering membahas topik ekonomi seperti pembelian peralatan pertahanan, kerjasama industri pertahanan, dan sebagainya. Selanjutnya, diketahui bahwa postingan yang membahas tentang keamanan sering kali juga terkait dengan postingan yang membahas tentang aturan atau hukum. Dalam hal ini, juga diketahui bahwa sangat sedikit postingan yang mengangkat topik keamanan yang menyentuh tema lingkungan, teknologi, dan politik.

Karakter Komunikasi dalam Postingan TNI-AL di X/Twitter

Dalam hal ini, postingan yang dibuat oleh TNI-AL di media sosial X/Twitter juga menunjukkan sifat, karakter, atau perilaku dari postingan yang sering diunggah oleh akun tersebut. Karakteristik yang terlihat menunjukkan bagaimana komunikasi sering dibangun oleh akun media tersebut kepada audiens.



Gambar 6. Karakter dalam Postingan TNI-AL di Media Sosial X/Twitter (2018-2022)

Sumber: Diolah oleh Penulis

Analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa dimensi *Openness* (keterbukaan) memiliki persentase nilai tertinggi, yaitu 36,9%. Kemudian, juga diketahui bahwa dimensi *Agreeableness* (keramahan) memiliki persentase 29,1%. Selanjutnya, diketahui bahwa dimensi *Conscientiousness* (ketelitian) memiliki nilai persentase 18%. Lebih lanjut, dari analisis yang dilakukan, diketahui bahwa dimensi *Extroversion* (ekstraversi) memiliki persentase 12,8%. Terakhir, diketahui bahwa dimensi *Neuroticism* (neurotisme) memiliki nilai terendah dari analisis yang dilakukan, dengan persentase 3,1%. Dalam hal

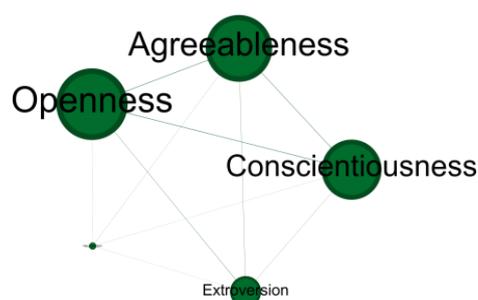
ini, tingginya nilai dimensi keterbukaan menunjukkan bahwa akun media sosial TNI-AL di X/Twitter sering menggunakan bahasa yang terbuka, santai, menarik, dan kreatif dalam menyampaikan informasi kepada publik, terutama dalam konteks masyarakat sipil.



Gambar 7. Postingan TNI-AL di X/Twitter Mengenai Dimensi Keterbukaan

Sumber: Twitter, 2022

Selain itu, juga diketahui bahwa karakter komunikasi keterbukaan dalam hal ini terhubung dengan dimensi karakter lainnya. Dari analisis jaringan yang dilakukan, menunjukkan bahwa postingan dengan karakter keterbukaan erat kaitannya dengan postingan yang memiliki karakteristik keramahan (*agreeableness*) dan ketelitian (*conscientiousness*). Selanjutnya, juga diketahui bahwa postingan keterbukaan sangat jarang mengandung postingan yang terkait dengan ekstraversi (*extroversion*) dan neurotisisme (*neuroticism*).

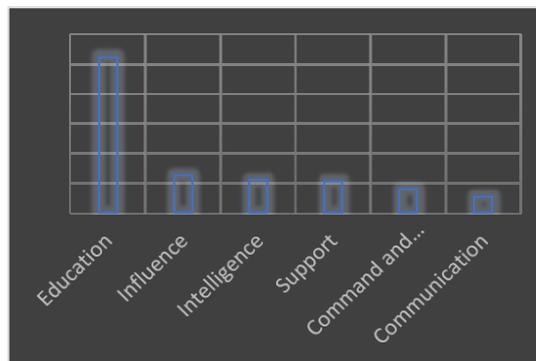


Gambar 8. Jaringan Karakter Komunikasi dalam Postingan TNI-AL di X/Twitter (2018-2022)

Sumber: Diolah oleh Penulis

Analisis Fungsi Media Sosial TNI-AL di X/Twitter

Media sosial dalam dunia militer berfungsi sebagai platform bagi militer untuk mengekspresikan dan menyampaikan identitas serta nilai-nilai mereka (Maltby dan Thornham, 2016). Selanjutnya, Veerasamy dan Labuschagne (2018) menjelaskan bahwa ada enam fungsi media sosial untuk militer, yaitu: 1.) Pendidikan; 2.) Komunikasi; 3.) Dukungan; 4.) Pengaruh; 5.) Intelijen; dan 6.) Komando dan Kendali. Berdasarkan enam fungsi tersebut, diketahui ada tiga fungsi dominan yang sering ditampilkan oleh akun @TNIAL, yaitu pendidikan, pengaruh, dan intelijen.



Gambar 9. Fungsi Media Sosial TNI-AL di X/Twitter (2018-2022)

Sumber: Diolah oleh Penulis

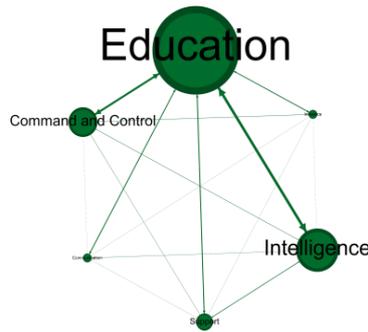
Dalam hal ini, akun media sosial TNI-AL di X/Twitter telah menjadi media pendidikan, terutama dalam hal sosialisasi agar publik memahami kinerja dan tugas TNI-AL dengan persentase 52,39%. Akun X/Twitter yang dimiliki oleh TNI-AL juga dikenal sering digunakan untuk membangun dan menunjukkan pengaruh TNI-AL dengan persentase 12,62%. Selain itu, akun media sosial TNI-AL di X/Twitter juga sering digunakan untuk memposting hal-hal strategis dengan persentase 11,1%.



Gambar 10. Postingan X/Twitter dari Akun @TNIAL Mengenai Fungsi Pendidikan

Sumber: Twitter, 2021

Di media sosial X/Twitter TNI-AL, diketahui bahwa akun @TNIAL juga cukup sering digunakan untuk memberikan berbagai bentuk dukungan, seperti ucapan selamat pada hari besar, prestasi anggota, serta keberhasilan berbagai kegiatan dan penugasan militer dengan persentase 10,58%. Selanjutnya, fungsi yang terkait dengan keputusan mengenai tindakan dan pengendalian memiliki persentase 7,94%. Sementara itu, fungsi penggunaan media sosial X/Twitter sebagai sarana komunikasi antar kalangan militer adalah 5,38%.



Gambar 11. Jaringan Dari Fungsi-fungsi dalam Media Sosial TNI-AL di X/Twitter (2018-2022)

Sumber: Diolah oleh Penulis

Melalui analisis jaringan secara umum, dapat dilihat bahwa pada media sosial X/Twitter TNI-AL, setiap fungsi yang dilakukan saling terhubung satu sama lain. Selanjutnya, pada jaringan ini diketahui bahwa ketika akun mengunggah postingan yang membahas fungsi pendidikan, hal ini seringkali terhubung dengan postingan yang berkaitan dengan fungsi strategis dan fungsi pengendalian. Sementara itu, saat menjalankan fungsi pendidikan, sangat sedikit postingan yang terkait dengan fungsi pengaruh, fungsi komunikasi, dan fungsi dukungan.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Akun X/Twitter TNI-AL dengan nama @TNIAL, dalam hal ini telah menjadi media yang baik untuk menginformasikan berbagai kegiatan dan kinerja yang berkaitan dengan TNI-AL. Akun X/Twitter TNI-AL cenderung digunakan secara dominan sebagai media pendidikan untuk audiens yang luas, khususnya masyarakat sipil. Berbagai postingan yang masuk dalam kategori Pendidikan berkaitan dengan isu pertahanan dan keamanan yang melibatkan peran TNI-AL. Selain itu, sebagai media pendidikan untuk

audiens yang luas, akun X/Twitter TNI-AL sering menunjukkan karakter komunikasi yang terbuka, yang bertujuan untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh semua kelompok (militer dan sipil), serta menarik lebih banyak audiens untuk mengetahui berbagai informasi seperti kegiatan dan kinerja TNI-AL.

Saran

Dalam lingkungan militer, tata kelola dan kebijakan yang tepat perlu dikembangkan untuk mendukung dan memantau komunikasi melalui media sosial. Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh TNI-AL, mereka menggunakan Twitter/X sebagai media pengetahuan untuk masyarakat luas. Hal ini sejalan dengan penggunaan teknologi media sosial Twitter/X di TNI-AL sejak 2018-2022 yang telah berjalan dengan cukup baik. Banyak peluang yang ada dalam militer untuk memanfaatkan media sosial dalam kegiatan militer. Oleh karena itu, diharapkan beberapa hal terkait fungsi yang dilakukan oleh TNI-AL melalui media sosial akan terus berkembang. Namun, penting untuk mengembangkan strategi yang tepat agar TNI-AL dapat mengembangkan beberapa hal seperti pelatihan terkait keamanan dan pertahanan laut. Seperti membangun daerah pesisir dengan program Kampung Bahari Nusantara (KBN) hingga mengadakan latihan untuk meningkatkan kemampuan dan profesionalisme prajurit di bidang operasi Keamanan Laut bagi setiap personel.

UCAPAN TERIMA KASIH

Secara khusus, penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak Fetra Ardianto, S.Sos., M.Sos. selaku pencetus ide terbesar yang telah sabar, meluangkan waktu, merelakan tenaga dan pikiran serta turut memberi perhatian sanget besar dalam penulisan karya tulis ilmiah ini.

DAFTAR REFERENSI

- al, W. A. (2020). *Industrial Revolution 4.0 in the construction industry: Challenges and opportunities for stakeholders*. *Ain Shams Engineering Journal*, 11, 229.
- Angkatan Laut, Tentara Nasional Indonesia. (2024). *Tingkatkan kerja sama antar negara, Komandan Satgas MTF TNI Konga XXVIII-O Univill laksanakan courtsey call kepada LAF Navy Commander*. Jakarta: Dinas Penerangan TNI AL.
- Bakry, U. S. (2016). *Metode penelitian hubungan internasional*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Dian Nur Huda, S. W. (2020, November–Desember). The role of Indonesian Army soldiers in responding. *International Journal of Research in Social Science and Humanities (IJRSS)*, 1(5), 1–9.
- Knobloch, L. K., Basinger, E. D., Abendschein, B., Wehrman, E. C., Monk, J. K., & McAninch, K. G. (2018). Communication in online forums about the experience and management of relational uncertainty in military life. *Journal of Family Communication*, 18(1), 13–31.
- Maltby, S., & Thornham, H. (2016). The digital mundane: Social media and the military. *Media, Culture & Society*, 38(8), 1153–1168.
- Naini, K. D., Kawase, R., Kanhabua, N., Niederée, C., & Altingovde, I. S. (2019). Those were the days: Learning to rank social media posts for reminiscence. *Information Retrieval Journal*, 22, 159–187.
- Namosha Veeramsy, W. A. (2018). Framework for military applications of social media. *International Journal of Cyber Warfare and Terrorism (IJCWT)*, 8(2), 48–55.
- Nissen, T. E. (2017). Social media, strategic narratives and StratCom. *The Three Swords Magazine*, 45–49.
- Rothmanne, S., & Pienaar, C. (2003). The Big Five personality dimensions and job performance. *SA Journal of Industrial Psychology*, 29(1), 68–74.
- Tentara Nasional Indonesia Angkatan Udara. (2024). *Netralitas TNI pada Pemilu 2024*. TNI Angkatan Udara. https://x.com/_tniau/status/1737105133056790741?s=46
- Veerasamy, N., & Labuschagne, W. A. (2018). Framework for military applications of social media. *International Journal of Cyber Warfare and Terrorism (IJCWT)*, 8(2), 47–56.