

**REPRESENTASI KEPEMIMPINAN POLITIK (STUDI PESAN
PENDUKUNG CALON PRESIDEN MELALUI TWITTER SELAMA
KAMPANYE TERBUKA PILPRES 2019)**

SKRIPSI



Oleh:

JAZILATUL HANIP
NIM: D20151046

IAIN JEMBER

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) JEMBER
FAKULTAS DAKWAH
JANUARI 2020**

**REPRESENTASI KEPEMIMPINAN POLITIK (STUDI PESAN
PENDUKUNG CALON PRESIDEN MELALUI TWITTER SELAMA
KAMPANYE TERBUKA PILPRES 2019)**

SKRIPSI

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Sosial (S. Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

JAZILATUL HANIP
NIM: D20151046

IAIN JEMBER

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) JEMBER
FAKULTAS DAKWAH
JANUARI 2020**

**REPRESENTASI KEPEMIMPINAN POLITIK (STUDI PESAN
PENDUKUNG CALON PRESIDEN MELALUI TWITTER SELAMA
KAMPANYE TERBUKA PILPRES 2019)**

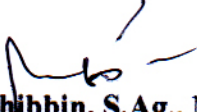
SKRIPSI

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Sosial (S. Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh:

JAZILATUL HANIP
NIM: D20151046

Disetujui Pembimbing


Muhibbin, S.Ag., M. Si.
NIP. 19711110 200003 1 018

**REPRESENTASI KEPEMIMPINAN POLITIK (STUDI PESAN
PENDUKUNG CALON PRESIDEN MELALUI TWITTER SELAMA
KAMPANYE TERBUKA PILPRES 2019)**

SKRIPSI

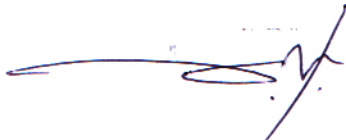
telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S. Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Hari : Senin

Tanggal : 20 Januari 2020

Tim penguji

Ketua



H. Zainul Fanani, M.Ag
NIP. 19710727200501 1 001

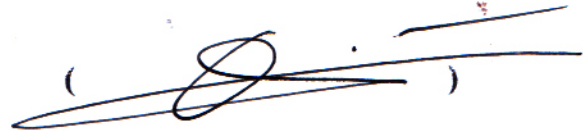
Sekretaris



David Ilham Yusuf, M. Pd.i
NIP. 19850706201903 1 007

Anggota:

1. Dr. H. Sofyan Hadi, M. Pd.
2. Muhibbin, S. Ag., M.Si



Menyetujui
Dekan Fakultas Dakwah



Prof. Dr. Ahidul Asror, M. Ag.
NIP. 19740606 200003 1 003

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا يَسْخَرُونَ قَوْمٍ مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاءً
مِّن نِّسَاءٍ عَسَىٰ أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِاللِّقَابِ
بِئْسَ الْإِسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَن لَّمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ ﴿١١﴾

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah suatu kaum mengolok-olok kaum yang lain (karena) boleh jadi mereka (yang diperolok-olokkan) lebih baik dari mereka (yang mengolok-olok) dan jangan pula perempuan-perempuan (mengolok-olokkan) perempuan lain (karena) boleh jadi perempuan (yang diperolok-olokkan) lebih baik dari perempuan (yang mengolok-olok). Janganlah kamu saling mencela satu sama lain dan janganlah saling memanggil dengan gelar-gelar yang buruk. Seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) yang buruk (fasik) setelah beriman. Dan barangsiapa tidak bertobat, maka mereka itulah orang-orang yang zalim.”*

IAIN JEMBER

* Al-Quran Kemenag, 49:11. Relevansi motto dengan penelitian ini adalah pada titik bahwa suatu golongan tidak diperbolehkan untuk mengolok golongan yang lain, dan apabila tidak bertaubat termasuk orang zhalim. Peneliti berharap agar seluruh civitas akademika, terutama dari program studi KPI IAIN Jember dapat mengajak masyarakat lebih luas (*netizen*) untuk tidak lagi terlalu fanatik sampai mencela golongan lain yang berbeda preferensi politik.

PERSEMBAHAN

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

“Kupersembahkan sebuah karya kecil ini untuk bapak Sokhib Abror dan ibu Uswatun Khasanah tercinta, yang tiada pernah berhenti memberikan semangat, doa, nasehat, dan kasih sayang. Bapak, ibu, terimalah bukti kecil ini sebagai kado keseriusanku, meski tak mungkin sanggup membalas semua pengorbananmu.”

“Teruntut semuanya. Di dunia ini semua orang sibuk berkata-kata tanpa pernah mendengar kata-kata orang lain, mereka berkata-kata tanpa peduli apakah ada orang lain yang mendengarnya, bahkan mereka juga tidak peduli dengan kata-katanya sendiri. Sebuah dunia yang sudah kelebihan kata-kata tanpa makna. Kata-kata sudah luber dan tidak dibutuhkan lagi,” Seno Gumira Adjidarma.

IAIN JEMBER

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, hingga umatnya di akhir zaman.

Penelitian dengan judul **“Representasi Kepemimpinan Politik (Studi Pesan Pendukung Calon Presiden Melalui Twitter Selama Kampanye Terbuka Pilpres 2019)”** ini diajukan guna memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Jurusan Dakwah Fakultas Dakwah IAIN Jember.

Selama penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih tak terhingga kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM. selaku Rektor IAIN Jember.
2. Prof. Dr. Ahidul Asror, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah IAIN Jember.
3. Mochammad Dawud M. Sos. selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
4. Muhibbin, S,Ag., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar dan rela meluangkan banyak waktunya untuk meluruskan nalar berpikir peneliti, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

5. Seluruh Civitas Akademika IAIN Jember, kepada pimpinan, para dosen, dan karyawan yang telah membantu dalam kelancaran proses penyelesaian tugas akhir ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari kekurangan, sehingga saran dan kritik yang konstruktif sangat peneliti harapkan. Semoga skripsi ini dapat menjadi kontribusi terhadap khazanah ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi pembaca.

Jember, 4 Desember 2019
Peneliti

Jazilatul Hanip
NIM: D20151046



ABSTRAK

Jazilatul Hanip, 2019, *Representasi Kepemimpinan Politik (Studi Pesan Pendukung Capres Melalui Twitter Selama Kampanye Terbuka Pilpres 2019)*.

Sejak Komisi Pemilihan Umum (KPU) menetapkan Joko Widodo dan Prabowo Subianto sebagai calon presiden pada Pemilu Presiden 2019, para pendukung semakin masif membangun citra kepemimpinan politik sosok yang menjadi dukungan mereka. Tujuannya tentu untuk mempengaruhi opini publik dalam memilih pemimpin Indonesia lima tahun ke depan. Salah satu media yang digunakan secara masif oleh pendukung adalah media sosial, terutama Twitter. Pasalnya, media ini dinilai lebih efektif, jangkauannya relatif lebih luas, serta mampu memobilisir para pemilih dalam menentukan pilihannya. Hanya saja, dalam proses membangun citra kepemimpinan politik pasangan calon presiden yang didukung, acapkali bertolak belakang dengan tujuan membangun citra politik itu sendiri. Tidak sedikit pesan justru melahirkan antipati para calon pemilih yang seyogyanya menjadi simpatik untuk menentukan pilihan pasangan calon presiden mereka. Bahkan terjadi bentrok fisik hingga merenggut nyawa, karena adu argumen di media sosial.

Fokus masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah; 1) Bagaimana kepemimpinan politik kedua capres direpresentasikan oleh pendukungnya melalui Twitter, 2) Apa praktik kekuasaan yang berada dibalik pesan-pesan pendukung terkait kepemimpinan politik capres. Sedangkan tujuannya adalah untuk mengetahui citra kepemimpinan politik calon presiden direpresentasikan oleh pendukungnya melalui twitter, kemudian membongkar praktik kekuasaan dalam pesan-pesan yang direpresentasikan tersebut.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian *content analysis*, yakni mengkaji teks secara kritis berupa twit para pendukung calon presiden 2019 terkait upaya membangun citra kepemimpinan politik secara mendalam selama masa kampanye terbuka, baik mengenai isi dan makna maupun struktur dan wacananya. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi dan observasi. Selanjutnya keabsahan data menggunakan uji kredibilitas dan depenbilitas yang dianalisis dengan *interactive* model Miles dan Huberman.

Hasil penelitian ini adalah; 1) kepemimpinan politik capres direpresentasikan melalui konstruksi identitas etnis, agama, dan budaya; saling menegasikan citra yang dibangun; serta klaim atas kompetensi, 2) praktik kekuasaan berjalan melalui mekanisme oposisi biner terjadi pada ruang etnis dan agama. Akibatnya, kemenangan diskusi politik di Twitter tentang kepemimpinan politik capres tidak ditentukan oleh diskusi rasional (egaliter, konsensus, komunikasi tanpa dominasi) namun sekedar ditentukan oleh kelihaihan aktor demokrasi (terutama tim sukses) dalam membangun citra (*image*) kepemimpinan politik capres.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Definisi Istilah	11
F. Sistematika Pembahasan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	16
B. Kajian Teori	21
1. Teori Representasi	21
2. Teori Imagologi politik	25
3. Teori dasar CDA	29
4. Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough	31
5. Pesan dalam Komunikasi Politik	35
6. Media Sosial sebagai Media Komunikasi Politik	38
7. Teori demokrasi deliberatif	41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	45
B. Lokasi Penelitian	46
C. Subjek Penelitian	46
D. Teknik Pengumpulan Data.....	47
E. Analisis Data	48
F. Keabsahan Data.....	51
G. Tahap-Tahap Penelitian	53

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian	57
B. Penyajian Data dan Analisis	69
C. Pembahasan Temuan	101

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	108
B. Saran-saran.....	109

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

1. Pernyataan Keaslian Tulisan
2. Matrik Penelitian
3. Jurnal Kegiatan Penelitian
4. Biodata Penulis

IAIN JEMBER

DAFTAR TABEL

No.	Uraian	Halaman
2.1	Tabel persamaan dan perbedaan penelitian	19
2.2	Tabel elemen dasar teks Fairclough	33
4.1	Tabel representasi kepemimpinan politik capres 2019	104



DAFTAR GAMBAR

No.	Uraian	Halaman
3.1	analisis data <i>interactive</i> model Miles dan Huberman	49
4.1	akun pro 01 menampilkan silsilah keluarga Jokowi	71
4.2	akun pro 01 menampilkan pertemuan Jokowi dengan Sultan HB X	73
4.3	akun pro 02 menampilkan silsilah keluarga Prabowo.....	75
4.4	akun pro 02 menyatakan Prabowo diterima oleh Sultan HB X	76
4.5	akun pro 01 menampilkan Jokowi sebagai imam sholat	78
4.6	akun pro 01 memperbandingkan sikap dua capres saat terdengar Adzan	79
4.7	akun pro 01 menampilkan Jokowi sebagai golongan Islam moderat	80
4.8	akun pro 01 Pilpres sebagai pertarungan Pancasila Vs Khilafah.....	81
4.9	akun pro 02 menampilkan Prabowo sebagai capres pilihan ijtima Ulama	83
4.10	akun pro capres 02 menampilkan citra dekat vs berjarak dengan Rakyat	85
4.11	akun pro 01 menampilkan Jokowi sebagai sosok yang menghargai Perempuan.....	85
4.12	akun pro 02 menampilkan kecintaan emak-emak kepada Prabowo	86
4.13	akun pro 01 menampilkan Jokowi sukses membangun infrastruktur	88
4.14	akun pro 01 mengunggulkan etnis Jawa.....	91
4.15	akun pro 01 menampilkan sikap terhadap etnis Cina.....	92
4.16	akun pro 02 menampilkan sikap kepada etnis Cina	93
4.17	akun pro 01 mengunggulkan Islam moderat	97
4.18	akun pro 02 mengunggulkan Prabowo sebagai capres pilihan ijtima ulama.....	99

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kepemimpinan politik (*political leadership*) merupakan wacana yang dipastikan selalu muncul dalam diskusi politik, termasuk ketika pemilihan presiden (Pilpres) 2019. Sebagaimana yang terjadi pada Pilpres 2014, diskusi tersebut tidak hanya terjadi secara tatap muka, tetapi justru masif dilakukan melalui media sosial, seperti Twitter. Selain itu, yang terlibat bukan saja para aktor politik, para pendukungnya dalam artian warga sipil juga turut berkompetisi menunjukkan dengan berbagai cara bahwa capres dukungannya merupakan yang terbaik dalam kepemimpinan politik.¹

Pada negara-negara demokratis, kualitas kepemimpinan politik menggunakan kriteria tertentu seperti kompetensi (*competence*), kekuatan (*strenght*), kehandalan (*reliability*), integritas (*integrity*), kemampuan (*ability*), kehangatan (*warmth*), atau kedekatan dengan rakyat (*closeness to people*)². Ketujuh kriteria ini menjadi ideal bagi proses demokrasi ketika diskusi yang membicarakan kepemimpinan politik tersebut dilakukan pendukung secara rasional, misal membicarakan program-program politik yang menjadi visi dan misi capres, bukan diskusi bersifat kultural seperti identitas dan personal capres.

¹Nurul Hasfi, *Representasi Kepemimpinan Calon Presiden*, vol.3, 2 (Yogyakarta: Jurnal Aspikom), 270.

²Mauro Barisione, "Valence Image and the Standardisation of Democratic Political Leadership", vol.5, 1 (New York: Sage Journal), 41.

Kenyataannya, kriteria kepemimpinan demokratis tidak begitu saja terbangun, bahkan dalam negara yang menganut sistem politik demokrasi. Hal ini dikarenakan adanya nilai-nilai lokal yang mempengaruhi kriteria kepemimpinan dalam suatu negara dan keberadaan media internet yang membuat proses komunikasi politik menjadi lebih kompleks. Dalam konteks Indonesia, sebuah studi menyebutkan bahwa pemimpin politik Indonesia yang ideal adalah sosok yang beretnis Jawa, muslim, dan berlatar belakang militer. Kriteria tersebut akibat dari konstruksi identitas kepemimpinan yang dilakukan sejak jaman orde baru dan terlihat telah kuat ternaturalisasi dalam perpolitikan Indonesia³.

Terkait Pilpres 2019, tampaknya kriteria yang berkaitan dengan identitas masih melekat dalam wacana pemimpin ideal yang disampaikan para pendukung capres melalui media sosial Twitter. Terbukti, saat kampanye terbuka diselenggarakan, pesan-pesan yang banyak diproduksi oleh pendukung adalah Jokowi Jawa tulen, Jokowi muslim moderat, Prabowo keturunan Raja, Prabowo pilihan ijtima' ulama, bukan menonjolkan visi dan misi yang disampaikan oleh kandidat capres saat berkunjung ke daerah-daerah. Padahal, kriteria tersebut menyembunyikan praktik kekuasaan yang menciderai proses demokrasi itu sendiri, misal wacana pemimpin etnis Jawa menyiratkan praktik politik identitas atau pemimpin muslim menyembunyikan praktik politik agama. Senada dengan yang pernah

³M. Din Syamsudin, *“Political Stability and Leadership Succession in Indonesia”*, vol. 15, 1 (Contemporary Southeast Asia), 12-23.

disampaikan oleh pengamat politik dari Universitas Gajah Mada Wawan Masudi kepada wartawan CNN,

“Di negara demokrasi yang lebih dewasa, setidaknya di Australia dan Norwegia, orang bertarung di level ide, gagasan, kebijakan yang akan diimplementasikan, dan bukan di level identitas serta labelisasi. Sementara Indonesia belum sampai level ide gagasan sebagai komoditas utama dalam pertarungan. Komoditas utamanya masih identitas bahkan diperparah dengan labelisasi yang diproduksi tidak jelas begitu.”⁴

Bersamaan dengan itu, diketahui bersama bahwa isu SARA (suku, agama, ras, dan antar golongan) cukup sensitif dikalangan masyarakat Indonesia. Ketika para pendukung menghadirkan sentimen agama dan etnis dalam balutan berita bohong (*hoax*) dan ujaran kebencian (*hatespeech*) di Twitter, maka secara otomatis memantik emosional masyarakat secara luas, bahkan tak jarang berbuntut perpecahan sampai luar jaringan. Seperti yang pernah diceritakan Marthy Fatmawati dalam twitnya bahwa dia dianggap pendosa dan murtad karena berbeda pilihan dengan anggota keluarga. Ada pula kisah Annisa Alrazi yang menyatakan kesedihannya karena sang ibu semakin rasis terhadap salah satu capres dan menuding buruk agama lain, padahal sebelumnya memiliki sifat santun. Bahkan, keluarga Yudhistira Iriana Putra mengaku bahwa keluarganya yang tergolong *highly educated person* tak luput dari jebakan *hoax* dan kebencian politik⁵. Lebih parah lagi, dua orang di daerah Sampang, Jawa Timur menjadi cecok dan berujung satu

⁴Christie Stefanie, “Cebong dan Kampret, Sinisme Dua Kubu Nihil Gagasan”, m.cnnindonesia.com/nasional/20180709153148-32-312746/cebong-dan-kampret-sinisme-dua-kubu-nihil-gagasan, (5 Maret 2019)

⁵BBC, “Pilpres 2019: Ketegangan Mencemaskan Akibat Perpecahan Pendukung Jokowi dan Prabowo yang harus segera diakhiri”, (5 Maret 2019)

meninggal dunia, setelah sebelumnya saling serang komentar di media sosial karena berbeda pilihan capres.⁶

Berbicara polarisasi dukungan Pilpres 2019 dengan memainkan isu identitas ini tak bisa dilepaskan dengan pemilu sebelumnya. Saat itu dengan peserta kontestasi elektoral yang sama, Joko Widodo dan Prabowo Subianto, para pendukung mulai terpecah dalam dua kubu yang cukup fanatik. Melalui berbagai media sosial, seperti Facebook dan Twitter mereka memunculkan *labeling* (julukan) negatif terhadap pihak lawan yang sifatnya menysar moralitas. Julukan ini ditujukan pada pendukung serta capres yang didukung. Julukan antar pendukung, yakni Cebong bagi pendukung Jokowi dan Kampret untuk pendukung Prabowo. Sementara *labeling* untuk capres, di antaranya Jokowi PKI, Jokowi Tionghoa, Jokowi Non-Muslim, Prabowo NAZI. Semua *labeling* tersebut digunakan oleh masing-masing pendukung untuk saling menyerang di Twitter (*twitwar*).

Berdasarkan data kuantitatif yang dihimpun *PoliticaWave*, sebuah platform yang menganalisa dan memonitoring internet, terdapat 458.671 isi percakapan tentang kampanye fitnah dengan memakai isu-isu sensitif (SARA). Adapun presentasinya, Jokowi-Jk menjadi sasaran kampanye hitam

⁶Berdasarkan keterangan Kabid Humas Polda Jawa Timur, Kombes Frans Barung Mangera, bahwa kronologinya bermula ketika sebuah akun membuat postingan foto pedang samurai dengan caption, "Siapa pendukung Jokowi yang ingin merasakan pedang ini". Kemudian akun atas nama Idris Afandi memberi komentar, "Saya ingin merasakan tajamnya pedang itu". Setelah itu, pemilik unggahan mendatangi rumah Idris dan menanyakan maksud komentar tersebut. Ternyata, aksi kedatangan itu direkam oleh akun Subaidi kemudian diunggah ke media sosial dengan menyertakan caption cibiran bahwa Idris ketakutan dan mengancam akan membunuhnya. Unggahan ini semakin menyulut Idris, hingga akhirnya pada 23 November 2018 mereka berpapasan di jalan dan terjadi duel yang akhirnya Subaidi tewas karena dada kirinya tertembak pistol rakitan milik Idris. Karena peristiwa tersebut Idris dijerat dengan Pasal 340 KUHP Tentang Pembunuhan Berencana dan Pasal 1 Ayat (1) Undang-Undang Darurat Nomor 12 Tahun 1951 dengan ancaman hukuman mati atau penjara seumur hidup. Lihat lebih lanjut

dengan jumlah 94,4 % dan 5,1 % kampanye negatif. Sementara Prabowo-Hatta sebesar 13,5 % kampanye hitam dan 86,5% kampanye negatif.⁷

Fenomena ini seolah menunjukkan bahwa masyarakat, yakni mereka yang beragama muslim tak lagi mengindahkan peringatan dalam Q.S Al-Hujurat ayat 11:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا يَسْخَرُوْا قَوْمًا مِّنْ قَوْمٍ عَسَىٰ اَنْ يَّكُوْنُوْا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاءً مِّنْ نِّسَاءٍ عَسَىٰ اَنْ يَّكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوْا اَنْفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوْا بِالْاَلْقَابِ بِئْسَ الْاِسْمُ الْفُسُوْقُ بَعْدَ الْاِيْمٰنِ ۗ وَمَنْ لَّمْ يَتُبْ فَاُولٰٓئِكَ هُمُ الظَّالِمُوْنَ ﴿١١﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah suatu kaum mengolok-olok kaum yang lain (karena) boleh jadi mereka (yang diperolok-olokkan) lebih baik dari mereka (yang mengolok-olok) dan jangan pula perempuan-perempuan (mengolok-olokkan) perempuan lain (karena) boleh jadi perempuan (yang diperolok-olokkan) lebih baik dari perempuan (yang mengolok-olok). Janganlah kamu saling mencela satu sama lain dan janganlah saling memanggil dengan gelar-gelar yang buruk. Seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) yang buruk (fasik) setelah beriman. Dan barangsiapa tidak bertobat, maka mereka itulah orang-orang yang zalim.”⁸

Tidak hanya itu, dalam Undang-Undang telah diatur perkara larangan bagi pelaksana, peserta, maupun pendukungnya untuk melakukan kampanye hitam yang terkait dengan menghina seseorang atau SARA, menghasut, mengadu domba, serta mengganggu ketertiban umum. Hal ini tertuang dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum Pasal 280 ayat (1) huruf b, c, d, dan e yang berbunyi,

⁷Nurul Hasfi, *Information and Communication Technology, dan Literasi Media Digital*, (Yogyakarta: Jurnal ASPIKOM, 2015), 24.

⁸Al-Quran Kemenag, 49:11

“Pelaksana, peserta, dan tim sukses dilarang: (b) melakukan kegiatan yang membahayakan keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia; (c) menghina seseorang agama, suku, ras, golongan, calon dan/atau Peserta Pemilu yang lain; (d) menghasut dan mengadu domba perseorangan ataupun masyarakat; (e) mengganggu ketertiban umum.”⁹

Usai terpilihnya Jokowi-Jk sebagai pemenang pemilu, *twitwar* antar pendukung ternyata tak berhenti, bahkan semakin memanas, menguat, dan terpolarisasi. Banyak sekali julukan baru yang muncul, di antaranya kaum bumi datar, kelas menengah ngehe, kaum sumbu pendek, bani micin, IQ 200 sekolam, 2030, Jaenudin Nachiro, dan Mukidi.¹⁰

Lima tahun pemerintahan berjalan, dunia maya, utamanya Twitter terus diwarnai *twitwar* antar pendukung. Cebong menjadi barisan yang pro terhadap pemerintah dan Kampret berada di kelompok oposisi. Sampai akhirnya tiba pada pesta demokrasi tahun 2019. Mengingat panasnya polarisasi yang terjadi di antara masyarakat—terutama yang terlihat di media sosial, beberapa pihak berharap pada pilpres 2019 pasangan capres dapat lebih dari dua. Namun ternyata, aturan *presidential threshold* (sistem ambang batas presidensial)¹¹ membuat Jokowi dan Prabowo kembali bertemu dalam kontestasi elektoral, kemudian secara otomatis ‘pertarungan’ representasi capres oleh pendukung melalui Twitter juga berlanjut.

Berkaitan dengan nilai-nilai lokal (politik identitas, agama) yang berpotensi menghambat terwujudnya kepemimpinan ideal di negara

⁹ Dokumen Negara Republik Indonesia

¹⁰ Observasi, *12 akun pendukung calon presiden 2019*, (24 Maret – 13 April 2019).

¹¹ UU Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilu mengatur tentang syarat partai atau gabungan partai yang boleh mengusung capres dan cawapres harus memiliki 20% kursi di DPR atau 25% suara sah di level nasional.

demokratis, keberadaan media sosial sebagai wadah baru turut merubah proses pembentukan kepemimpinan politik capres. Jika sebelumnya sosok kepemimpinan hanya bisa ditampilkan melalui komunikasi dan tindakan secara langsung, kini proses tersebut dapat termediasi dengan jangkauan target yang luas. Terlebih Twitter memiliki fitur *trending topic* yang dapat membuat sebuah narasi dengan tagar (#) tertentu menjadi pemberitaan media massa arus utama dan pada akhirnya dipercaya oleh publik tanpa dipertanyakan.

Secara historis, pemanfaatan *new media* dalam bidang politik tak bisa dilepaskan dari beberapa negara maju yang telah terlebih dahulu menggunakannya. Salah satu yang paling terbukti efektivitasnya adalah ketika Barack Obama melakukan kampanye di tahun 2008, yang kemudian berhasil mengalahkan lawan politiknya, John McCain¹². Di Indonesia, pemanfaatan Twitter oleh pendukung dalam menyampaikan wacananya bukan tanpa alasan. Berdasarkan hasil riset *We are Social Hootsuite* yang dirilis 31 Januari 2019 dengan judul laporan “*Digital Around The World 2019*”, pengguna Twitter selama Januari 2018 hingga Januari 2019 mencapai 52 % atau 78 juta pengguna dari total 150 juta pengguna media sosial di Indonesia¹³. Selain itu, dalam laporan Edelman Trust Barometer Global

¹²Berliani Ardha, “Social Media sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 di Indonesia”, vol. 13, 1 (Jakarta: Jurnal Visi Komunikasi Universitas Mercu Buana), 106.

¹³<https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> (5 April 2019).

Report pada tahun 2018 menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan publik terhadap media sosial mencapai 51%.¹⁴

Kompleksnya komunikasi memang dapat terwadahi oleh media sosial Twitter, namun masalahnya, media ini memungkinkan konstruksi sosok kepemimpinan politik secara instan. Akibatnya ada proses panjang yang hilang yaitu sebuah kepemimpinan politik yang terbentuk melalui perjuangan panjang dan nyata. Pada konteks pesan yang disampaikan pendukung capres di Twitter, contohnya adalah bagaimana sosok kepemimpinan yang sederhana cukup digambarkan dengan foto bersepeda. Pada proses inilah terjadi manipulasi-manipulasi realitas dengan menggunakan citra (*image*) yang selanjutnya disebut dengan politik imagologi (*politic of imagology*).

Berangkat dari ulasan di atas penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai representasi kepemimpinan politik dengan menerapkan analisis wacana Fairclough sebagai metode analitiknya.

B. Fokus Penelitian

Berbagai fenomena sebagaimana dipaparkan pada latar belakang di atas memberikan sebuah gambaran bahwa pesan-pesan yang diproduksi oleh para pendukung capres melalui Twitter terkait kepemimpinan politik membuat polarisasi dukungan semakin menajam, bahkan menimbulkan konflik. Oleh sebab itu, yang menjadi masalah penelitian ini adalah sebagai berikut: mengapa citra kepemimpinan calon presiden yang dibangun melalui

¹⁴https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/201810/2018_Edelman_Trust_Barometer_Global_Report_FEB.pdf (5 April 2019).

media sosial oleh para pendukung acapkali melahirkan antipati, bahkan konflik, padahal yang diharapkan adalah menarik simpati calon pemilih?

Supaya masalah penelitian tersebut lebih terarah dan spesifik, maka yang menjadi fokus penelitian yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kepemimpinan politik kedua capres direpresentasikan oleh pendukungnya melalui Twitter?
2. Apa praktik kekuasaan yang berada dibalik pesan-pesan yang direpresentasikan pendukung terkait kepemimpinan politik capres?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang dituju dan mengacu kepada masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya¹⁵.

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dijelaskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui bentuk kepemimpinan politik calon presiden ditampilkan oleh pendukungnya melalui Twitter.
2. Membongkar praktik kekuasaan dibalik pesan-pesan yang direpresentasikan pendukung melalui Twitter tentang kepemimpinan politik calon presiden.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang

¹⁵Tim penyusun, *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 73.

teoritis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi peneliti, instansi dan masyarakat secara keseluruhan. Kegunaan penelitian harus realistis.¹⁶ Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi kajian penelitian terkait representasi kepemimpinan politik yang disebarakan melalui media sosial, sehingga selanjutnya dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi pembaca atau bahkan dasar untuk penelitian yang lebih mendalam. Selain itu, harapannya juga dapat menjadi sumbangsih pemikiran dalam membangun ontologi dan epistemologi disiplin Komunikasi Islam.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat memberikan pengalaman dan pengetahuan yang baru bagi peneliti tentang komunikasi politik yang dilakukan melalui media sosial sebagai ruang publik virtual. Selain itu, penelitian ini berguna sebagai salah satu syarat peneliti untuk menyelesaikan studi strata satu (S1) pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah IAIN Jember.

b. Bagi IAIN Jember

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan menjadi nilai kontribusi pemikiran bagi kepentingan akademisi, khususnya

¹⁶ Ibid., 73

mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah IAIN Jember dalam disiplin ilmu komunikasi politik, memahami pesan-pesan pembentukan citra, sekaligus lebih kritis dalam menganalisa wacana yang diproduksi melalui media sosial, terutama Twitter.

Selain itu, peneliti menyadari bahwa berdakwah tidak hanya sebatas ajakan untuk menjalankan ibadah *mahdhah*, namun juga ibadah sosial (*muamalah*). Adanya data mengenai cara-cara pendukung merepresentasikan kepemimpinan politik yang menyebabkan polarisasi bahkan konflik masyarakat, diharapkan dapat memantik mahasiswa dakwah, khususnya KPI untuk mengedukasi masyarakat, baik dari sisi literasi media, komunikasi islam, maupun wawasan mengenai etika komunikasi Islam dalam bidang penyampaian kampanye politik.

E. Definisi Istilah

Pada bagian ini diuraikan dan dijelaskan secara singkat konsep-konsep penting dalam judul penelitian untuk memberikan batasan yang memadai. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti. Di antara konsep-konsep penting tersebut adalah sebagai berikut.

1. Representasi kepemimpinan politik

Merujuk pada pendapat Fowler bahwa representasi merupakan hasil pengkodean (*encoding*) pengalaman manusia tentang dunia dengan

menggunakan bahasa¹⁷. Terkait penelitian ini representasi kepemimpinan politik diartikan sebagai bentuk kehadiran kembali, penyimbolan, dan pengkodean kedua capres melalui teks (twit, percakapan, testimoni, grafis, meme, foto, dsb) terkait citra kepemimpinan politiknya. Selanjutnya, yang dimaksud dengan kepemimpinan politik berarti segala hal berupa identitas, karakter, dan kompetensi calon presiden. Tidak hanya itu, merujuk pada pandangan Antonio Gramsci bahwa kepemimpinan bukan hanya yang bersifat struktural, melainkan juga dominasi ideologi di balik pesan-pesan pendukung capres.

2. Twitter

Twitter merupakan layanan jejaring sosial berbasis internet, dimana pengguna dapat membuat dan membaca pesan yang disebut *tweet* (kicauan) dengan panjang maksimal 280 karakter. Pengguna dapat berlangganan tweet pengguna lain dengan cara mengikuti (*follow*). Kemudian, jika pengguna ingin membalas *tweet* pengguna lain dapat menggunakan tanda @ yang diikuti nama pengguna.

Selain itu, pengguna dapat mengelompokkan tweet menurut topik tertentu dengan menyematkan hastag yang ditandai dengan tanda pagar (#). Apabila suatu hastag atau kata mengenai suatu topik banyak dibicarakan oleh pengguna, maka topik tersebut akan menjadi *trending topic* (topik hangat)¹⁸. Terkait penelitian ini, Twitter menjadi ruang publik

¹⁷Fowler, R.. *Linguistic Criticism*. (Oxford: Oxford University Press, 1986), .

¹⁸ Wikipedia, "Twitter", <https://id.wikipedia.org/wiki/Twitter>, (4 April 2019)

virtual (maya) tempat para pendukung capres memproduksi pesan-pesan sebagai upaya membangun citra kepemimpinan politik.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini bertujuan untuk mempermudah pemahaman terhadap keseluruhan pembahasan skripsi, maka dibawah ini akan dikemukakan sistematikanya adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, terdiri dari latarbelakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan. Latar belakang mengungkapkan fakta mengenai maraknya pengkonstruksian citra calon presiden (capres) 2019 oleh pendukungnya dengan melibatkan pesan-pesan bernada negatif dan praktik kekuasaan tertentu. Aktivitas ini dilakukan melalui Twitter sebagai media sosial yang penggunaanya cukup tinggi dan memiliki fitur *hashtag* untuk memudahkan penggolongan suatu tema bahasan. Berdasarkan fakta inilah kemudian dirumuskan pertanyaan penelitian yang terdapat dalam sub bagian fokus masalah.

Jawaban dari fokus masalah kemudian menjadi jawaban atas tujuan sekaligus memberikan manfaat yang lebih luas terkait representasi kepemimpinan politik dalam Pemilihan Presiden (Pilpres) 2019. Selanjutnya, agar tidak terjadi kesalahpahaman konsep atau istilah yang digunakan, maka pada bagian definisi istilah dijelaskan secara singkat mengenai cakupan konsep atau istilah yang terdapat dalam judul penelitian. Sebagai penutup dari

bab ini, dipaparkan sistematika pembahasan yang bertujuan memberi gambaran singkat dari isi laporan penelitian ini.

Bab II Kajian Kepustakaan, terdiri dari penelitian terdahulu dan kajian teori. Beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki kesinambungan dengan penelitian ini berfungsi sebagai bahan referensi sekaligus tolok ukur persamaan dan perbedaan wilayah penelitian. Selain itu, diuraikan beberapa teori sebagai pisau analisis keseluruhan representasi kepemimpinan politik dilihat dari pesan-pesan yang disampaikan oleh pendukung Joko Widodo dan Prabowo Subianto melalui Twitter.

Bab III Metode Penelitian, berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan untuk mengetahui representasi pilihan politik dengan lokasi penelitian adalah media sosial Twitter. Selanjutnya, sebagai sumber data berasal dari pesan-pesan yang disampaikan oleh pendukung Joko Widodo dan Prabowo Subianto, serta beberapa dokumen pendukung lain berupa berita, jurnal, atau lainnya.

Metode penelitian dimulai dengan mengumpulkan data dengan teknik tertentu hingga terkategori sesuai dengan tema yang diangkat. Kemudian peneliti memberikan gambaran mengenai teori yang akan digunakan untuk menganalisis data, menjamin keabsahan data, serta tahap-tahap penelitian yang dilakukan.

Bab IV Penyajian Data dan Analisis Data, berisi tentang gambaran objek penelitian yakni pesan-pesan yang disampaikan oleh pendukung Joko Widodo dan Prabowo Subianto melalui Twitter selama masa kampanye terbuka Pilpres 2019. Kemudian membahas hasil dari cara kerja analisis yang telah direncanakan sebelumnya pada Bab III.

Bab V Penutup, berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang diperoleh setelah melakukan analisis sebagaimana pada bab IV. Kesimpulan ini menjadi penting agar pembaca lebih mudah memahami hasil dari penelitian yang berkenaan dengan representasi kepemimpinan politik yang tergambar dalam media sosial. Sehingga setidaknya, dari kesimpulan ini dapat memberikan jalan kepada peneliti lainnya untuk mengkaji objek berbeda dalam satu tema. Selanjutnya juga memberikan saran kepada pihak-pihak terkait, utamanya mahasiswa fakultas Dakwah, prodi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI).



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian representasi kepemimpinan politik studi kasus pesan pendukung dalam pilpres 2019 ini tentu bukan kajian akademis yang pertama kali. Sebelumnya telah ada beberapa penelitian yang mengkaji citra politik dan media sosial dengan objek serta rumusan masalah yang berbeda. Adanya penelitian terdahulu dijadikan penulis sebagai bahan baku pijakan, referensi, menemukan sisi orisinalitas, serta menunjukkan posisi penelitian yang dilakukan. Berikut beberapa penelitian yang berkesinambungan dengan penelitian ini, yaitu:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Edwi Arief Sosiawan dan Rudi Wibowo dengan judul **Representasi Politik Identitas Dalam Kampanye Online Calon Legislatif Partai Politik Peserta Pemilu 2014**¹⁹. Penelitian ini berfokus pada cara calon legislatif menampilkan identitas partai politiknya sebagai strategi kampanye melalui media online web, blog, dan media sosial. Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan multidisipliner serta kajian analisis kritis. Hasilnya, ditemukan bahwa caleg peserta pemilu 2014 menggunakan politik identitas dalam penggunaan simbol-simbol partai seperti warna identitas partai, tokoh partai, dan lambang partai. Penggunaan tokoh partai adalah sebagai endorser caleg dalam menaikkan citra

¹⁹Edwi Arief Sosiawan dan Rudi Wibiwo, "Representasi Politik Identitas dalam Kampanye Online Calon Legislatif Partai Politik Peserta Pemilu 2014", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13 (Desember, 2015), 234.

caleg sementara warna dan logo untuk mempertegas bahwa caleg berasal dari partai tertentu.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad A.k. dengan judul **Representasi Partisipasi Politik Warga Negara dalam Pemilu Melalui Video Youtube**²⁰. Fokus penelitian ini adalah mencari makna yang berhubungan dengan representasi partisipasi politik warga negara melalui beberapa video dari dua akun Youtube, yaitu Cameo Project dan Project Slingshot. Melalui metode semiotik Roland Barthes ditemukan beberapa bentuk makna representasi, yaitu 1) muatan pesan positif mengajak orang lain ikut berpartisipasi dalam Pemilu sebagai bentuk tanggung jawab terhadap masa depan bangsa, 2) keresahan terhadap sistem Pemilu Legislatif 2014 yang menyulitkan dan menghambat partisipasi warga negara dalam pemilu, 3) doktrin apabila seseorang golput berarti tidak berhak memprotes/ mengkritik kebijakan pemerintah.

Ketiga, penelitian oleh Mas Agus Firmansyah dengan judul **Kampanye Pilpres 2014 dalam Konstruksi Akun Twitter Pendukung Capres**²¹. Penelitian berbentuk jurnal ini berfokus mengkaji format kicauan dan narasi mengenai kedua kandidat capres yang berkompetisi pada Pilpres 2014 ketika dikonstruksi dalam bentuk kicauan oleh akun Twitter pendukungnya. Menggunakan metode kualitatif, observasi penelitian, dan menganalisis kicauan Twitter selama masa kampanye didapatkan bahwa

²⁰Muhammad A.k., “*Representasi Partisipasi Politik Warga dalam Pemilu melalui Video Youtube*”, (Skripsi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 2015) xiii.

²¹Mas Agus Firmansyah, “*Kampanye Pilpres 2014 dalam Konstruksi Akun Twitter Pendukung Capres*”, *The Mesenger*, 1 (Januari, 2017), 79.

Prabowo dibangun oleh akun pendukung sebagai sosok yang sangat cerdas, tegas, dan kuat. Sementara Jokowi dibangun oleh pendukungnya sebagai tokoh populis, sederhana, dan jujur.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Muna Yastuti Madrah dan Mubarok dengan judul **Netizen Dalam Kampanye Pilpres RI 2014**²². Penelitian ini berfokus pada dua rumusan masalah, yakni dinamika netizen dalam mendukung calon presiden dan wakil presiden 2014 melalui pesan di dunia maya, serta melihat kecenderungan komunikasi politik yang dibangun netizen dari dua kubu yang bersaing. Metode penelitian yang digunakan adalah *thick description* dengan objek penelitian berupa pesan melalui media sosial selama masa kampanye pilpres 2014, yaitu 11 Januari – 05 April 2014. Hasilnya, netizen berperang penting dalam komunikasi politik selama masa kampanye. Mereka membuat propaganda-propaganda sebagai bentuk dukungan terhadap calon presiden.

Selanjutnya, posisi penelitian ini diantara beberapa kajian mengenai citra politik dan media sosial yang sudah ada, maka penelitian ini memposisikan untuk berfokus pada representasi kepemimpinan politik melalui pengetahuan mekanisme politik imagologi dari pesan pendukung Jokowi dan Prabowo melalui Twitter selama masa kampanye terbuka 2019. Letak kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Edwi Arief dan Muhammad A.k adalah mencoba mencari tahu bagaimana sesuatu ditampilkan (representasi), namun berbeda pada obyek penelitiannya. Selanjutnya, dengan

²²Muna Yastuti Madrah dan Mubarok, “Netizen dalam Kampanye Pilpres RI 2014”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1 (Juni, 2018), 16.

penelitian yang dilakukan oleh Mas Agus Firmansyah, penelitian ini memiliki kesamaan obyek penelitian (calon presiden), tetapi cara pandang yang digunakan berbeda.

Supaya memudahkan pembaca, peneliti meringkas perbedaan dan persamaan pada tabel di bawah ini:

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian

No	Nama	Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Edwi Arief Sosiawan dan Rudi Wibowo	2014	Kampanye Pilpres 2014 dalam Konstruksi Akun Twitter Pendukung Capres	Kajian pembahasan secara umum yaitu tentang bagaimana komunikasi merepresentasikan citra melalui media sosial. Kemudian menggunakan metode analisis wacana kritis.	Perbedaan terletak pada objek penelitiannya. Penelitian ini mengambil pesan yang diproduksi oleh pendukung capres (peserta pemilu), sedangkan penelitian terdahulu meneliti pesan calon legislatif selaku peserta pemilu.
2.	Muhammad A.k.	2014	Representasi Partisipasi Politik Warga Negara dalam Pemilu Melalui Video Youtube	Objek yang diteliti adalah pesan-pesan pendukung calon presiden melalui Twitter sebagai upaya membangun citra kepemimpinan politik.	Perbedaan penelitian terletak pada metode penelitiannya. Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana kritis Norman Fairclough, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan metode analisis semiotika Roland

					Barthes (tanda).
3.	Mas Agus Firmansyah	2014	Kampanye Pilpres 2014 dalam Konstruksi Akun Twitter Pendukung Capres	Objek yang diteliti adalah pesan-pesan pendukung calon presiden melalui Twitter sebagai upaya membangun citra kepemimpinan politik	Perbedaan penelitian terletak pada fokus masalah. Penelitian ini tidak hanya pada ingin mengetahui citra kepemimpinan politik direpresentasikan melalui pesan-pesan di Twitter, tetapi juga praktik kekuasaan (dominasi) dibalik pesan tersebut. Sedangkan penelitian terdahulu hanya berfokus pada format representasi.
4.	Muna Yastuti Madrah dan Mubarak	2014	Netizen Dalam Kampanye Pilpres RI 2014	Kajian pembahasan atau tema yang diambil adalah pesan dalam komunikasi politik yang dilakukan oleh para pendukung capres melalui media sosial.	Perbedaan penelitian terletak pada metode penelitiannya. Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana kritis Norman Fairclough, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan metode <i>think description</i> .

B. Kajian Teori

1. Teori Representasi

Representasi merupakan konsep yang mempunyai beberapa pengertian yaitu proses sosial dan *representing*. Representasi merujuk baik pada proses maupun produk dari pemaknaan yang konkret. Konsep yang digunakan dalam pemaknaanya melalui sistim penandaan yang tersedia, dan secara rigkas representasi adalah produksi makna melalui bahasa.²³

Istilah representasi itu sendiri merujuk bagaimana seseorang, suatu kelompok, gagasan atau pendapat tertentu ditampilkan dalam pemberitaan atau dalam hal komunikasi lainnya. Representasi ini penting dalam dua hal.²⁴ Pertama, adalah apakah seseorang, kelompok atau gagasan tersebut ditampilkan sebagaimana mestinya. Kata semestinya ini mengacu pada apakah seseorang atau kelompok tersebut diberitakan apa adanya, ataukah diburukkan. Penggambaran yang tampil bisa jadi adalah penggambaran yang buruk dan cenderung memarjinalkan seseorang atau kelompok tertentu. Kedua, bagaimana presentasi tersebut ditampilkan. Dengan kata, kalimat, aksentuasi, dan bantuan foto macam apa seseorang, kelompok atau gagasan tersebut ditmpilkan dalam pemberitaan kepada khalayak. Konsep representasi sendiri bisa berubah-ubah, selalu ada pemaknaan baru. Representasi berubah-ubah akibat makna yang juga berubah-ubah. Setiap waktu terjadi proses negosiasi dalam pemaknaan.

²³ Budi, Cahyono Bagus, *Jurnal Representasi Nasionalisme Drama Serial Patriot di NET TV*. (UIN Surabaya : 2016), 19.

²⁴ Eriyanto, *Analisis Wacana : Pengantar Analisis Teks Media*, (Lkis, Yogyakarta : 2009), 113.

Jadi representasi bukanlah suatu kegiatan ataupun proses statis, tetapi merupakan proses dinamis yang terus berkembang seiring dengan kemampuan intelektual kebutuhan para pengguna tanda yaitu manusia sendiri yang terus bergerak dan berubah, lalu representasi juga merupakan suatu proses usaha konstruksi karena pandangan-pandangan baru yang menghasilkan pemaknaan baru, juga merupakan hasil pertumbuhan konstruksi pemikiran manusia, melalui representasi makna diproduksi dan direpresentasikan. Ini kemudian menjadi proses penandaan, atau praktik yang membuat suatu hal bermakna sesuatu.

Stuart Hall mengungkapkan bahwa representasi itu mengandung dua pengertian yaitu, pertama, representasi mental yang merupakan konsep tentang sesuatu yang ada di kepala seseorang atau disebut juga peta konseptual dan membentuk sesuatu yang abstrak. Kedua, representasi bahasa yang mempunyai peranan penting dalam konstruksi makna. Jadi, konsep yang ada pada kepala harus diterjemahkan dalam bahasa yang lazim, agar kita dapat menghubungkan konsep-konsep dan ide-ide tentang suatu tanda dan simbol tertentu.

Proses pertama memungkinkan seseorang untuk memaknai dunia dengan mengkonstruksi seperangkat rantai korespondensi antara sesuatu dengan peta konseptual. Kemudian dalam proses kedua, seperangkat rantai korespondensi dikonstruksikan yaitu antara peta konseptual dengan bahasa atau simbol yang berfungsi merepresentasikan konsep-konsep tentang sesuatu. Relasi antara sesuatu, peta konseptual dan bahasa atau simbol

adalah jantung dari produksi makna lewat bahasa. Proses yang menghubungkan elemen ini secara bersama-sama itulah yang dinamakan representasi.

Jadi dengan demikian representasi adalah proses sosial dari representing sekaligus produk dari representing itu sendiri. Representasi menunjuk pada proses maupun produk dari pemaknaan suatu tanda. Untuk menjelaskan bagaimana produksi makna hingga dalam konstruksi sosial, Hall memetakannya menjadi tiga teori representasi, yakni:²⁵

- a. Pendekatan reflektif. Di sini bahasa berfungsi sebagai cermin yang merefleksikan makna sebenarnya dari segala yang ada di dunia. Pada pendekatan ini, sebuah makna tergantung pada sebuah objek, orang, ide atau peristiwa di dalam dunia nyata. Bahasa pun berfungsi sebagai cermin untuk memantulkan makna sebenarnya seperti apa yang telah ada di dunia. Namun tanda visual membawa sebuah hubungan kepada bentuk dan tekstur dari objek yang direpresentasikan.
- b. Pendekatan intensional. Melalui pendekatan ini bahasa digunakan untuk mengkomunikasikan sesuatu sesuai dengan cara pandang seseorang terhadap sesuatu. Pendekatan makna yang kedua dalam representasi yang mendebat sebaliknya. Pendekatan ini mengatakan bahwa pembicara, penulis atau siapapun yang mengungkapkan pengertiannya yang unik ke dalam dunia melalui bahasa.

²⁵ Aprinta, Gita. *Kajian Media Massa : Representasi Girl Power Wanita Moderen Dalam Media Online*. (2011), 17

c. Pendekatan konstruksi. Seseorang mengkonstruksi makna menggunakan bahasa yang digunakan. Ini adalah pendekatan ketiga untuk mengenali publik, karakter sosial dan bahasa. Sistem representasi dari pendekatan ini meliputi suara, gambar, cahaya pada foto, atau coretan-coretan atau representasi bisa juga disebut sebagai praktek dari jenis kerja yang menggunakan objek material. Tetapi makna juga bukan berarti tergantung pada kualitas material tanda, tetapi lebih kepada fungsi simbolik.

Pengertian di atas menggambarkan bahwa representasi merupakan suatu tindakan yang menghadirkan atau perepresentasikan sesuatu lewat sesuatu di luar dirinya melalui tanda atau simbol. Stuart Hall juga mengembangkan model encoding-decoding yang menyoroti baik pesan maupun interpretasi khalayak terhadap pesan tersebut. Dalam pandangan encoding-decoding Stuart Hall, setiap pesan atau makna yang disampaikan merupakan sebuah rangkaian peristiwa yang mentah dan terdapat ideologi-ideologi di dalamnya. Hall menjelaskan sirkulasi makna perlu melewati tiga hal yang berbeda. Masing-masing memiliki eksistensi dan modalitasnya yang spesifik. Pada moment pertama merupakan pemaknaan mentah yang ada di dalamnya terdapat serangkaian cara melihat dunia (ideologi-ideologi) berada dalam kekuasaan.

Teori representasi yang dikemukakan oleh Stuart Hall inilah yang menjadi pedoman peneliti dalam memahami pesan-pesan pendukung capres melalui Twitter. Pesan (twit) berupa kata-kata, foto, maupun video

dianggap sebagai fungsi simbolik yang di baliknya terdapat berbagai muatan ideologi untuk melanggengkan kekuasaan atau dominasi.

2. Teori Imagologi politik

Imagologi merupakan rancangan produktivitas kenyataan yang lebih bersifat rekaan dalam batasan-batasan bentuk. Mazhar berpendapat bahwa imagologi berasal dari kata imago dan logos. Imago berarti 'gambar' dan logos berarti 'kata'. Dengan demikian, imagologi dapat diartikan sebagai gabungan gambar dan kata yang membangun narasi medium atau teks.²⁶ Imagologi juga diartikan sebagai perubahan atau kembaran dari imajinasi dalam membentuk pengetahuan publik. Konsep dalam imagologi berupa teknik rekayasa teks yang menggunakan bentuk atau simbol berdasarkan perubahan imajinasi yang akhirnya dipercayai dalam membentuk pengetahuan di masyarakat.

Imagologi merupakan bentuk sebuah tindakan yang menonjolkan citra dan menduakan kenyataan. Bentuk citra tersebut lebih bersifat fiksi daripada maya atau dapat dikatakan lebih menonjolkan kebohongan daripada kebenaran. Citra yang dimaksud tersebut terdiri dari dua jenis. Pertama, mirip dengan yang asli atau seperti tiruan langsung dari yang sebenarnya. Kedua, bukan bentuk yang asli karena lebih menekankan pada tipuan ilusi dan citra yang serupa.

Saat ini, imagologi politik berkembang pesat karena tingginya ambisi dan keinginan calon kandidat. Salah satu faktor pesatnya

²⁶ Hudjolly, *Imagologi: Strategi Rekayasa Teks*, (Yogyakarta: Ar-ruz Media, 2015), 15.

perkembangan imagologi tersebut adalah teknologi. Di era kemajuan teknologi seperti saat ini, hal-hal yang mengubah citra seseorang dari jahat menjadi baik sangat mudah ditemukan. Media mampu memanipulasi karakteristik kandidat sehingga dapat diterima oleh masyarakat. Bentuk pencitraan tersebut mampu mengubah pendapat seseorang. Imagologi tidak sama dengan pencitraan. Pencitraan berasumsi bahwa objek (A) berusaha ditampilkan menjadi objek baru dengan penambahan atau pengurangan, penyembunyian, dan penampakan. Objek A diubah menjadi objek baru, sebut saja A aksen (A'). Akan tetapi, antara Objek A dan A' diasumsikan oleh representator sebagai satu objek saja (A), A adalah objeknya dan A' adalah pencitraan belaka yang tidak eksis.²⁷

Pengertian pencitraan menyangkal adanya dua bentuk objek yang serupa, mirip, dan identik. Contohnya adalah, Jokowi (A), dalam kesehariannya menunjukkan realitas keberagaman yang tinggi, ketaatan, serta kepasrahan pada Tuhannya secara penuh. Semua hal yang agamawan tersebut merupakan citra dari religius sejati. Jika seseorang bermaksud untuk menampilkan (citra) dirinya sebagai seorang religius, maka ia membuat pengurangan dan penambahan pada dirinya agar terlihat seperti seorang Jokowi (A) tersebut. subjek tersebut menjadi Jokowi'(A') dengan cara menambahkan bagian yang menyerupai atau meniru elemen tertentu berupa simbol dan tanda yang biasa terdapat pada Jokowi (A). tujuannya untuk menyerupakan dengan Jokowi (A).

²⁷ Ibid, 130.

Pada konsepsi pencitraan, keberadaan A', tidak diakui keberadaannya. Hanya dianggap tampilan tertentu dari eksistensi dari A5 . keberadaan A' sebagai identitas sendiri meskipun hasil duplikasi(dari A) dihilangkan sama sekali. Pencitraan hanyalah sebuah proses produksi A' tanpa pengakuan eksistensinya. Jika citra tersebut menguat dan dikonsumsi publik, A' telah dianggap sebagai kebenaran dari sosok A yang *common sense*, yang eksis adalah keberadaan A, bukan A'-nya. Keberadaan A' selalu merujuk pada A.

Sedangkan imagologi, sama halnya dengan objek A dan A' atau imitasinya, bukan berarti tidak ada sama sekali. Baik A dan A' adalah dua objek yang berbeda. A adalah objek originalnya dan A' adalah turunannya. Keduanya eksis dengan cirinya masing-masing. Dengan cara demikian, antara citra dan objek yang dicitrakanl sesungguhnya ada dua. Secara singkat yang menjadi perbedaan dasar dari pencitraan dan imagologi adalah jika pencitraan hanya melihat objek A adalah asli dan eksis sedangkan objek lain yang menyerupai A adalah tiruan atau imitasi dari A yang tidak diakui keberadaannya. Imagologi berbicara jika A dan A' adalah dua objek yang berbeda. Baik pencitraan atau imagologi dinilai adalah fenomena yang dikonsumsi dan dinilai langsung oleh representator (dalam hal ini adalah masyarakat). Dalam sudut pandang imagologi, Jokowi dalam kesehariannya dianggap sebagai sebuah keaslian dirinya yang memang menunjukkan sifat religiusitas yang tinggi bagi masyarakat.

Lebih dalam, Yasraf Amir Piliang mengartikan imagologi politik sebagai dunia politik yang dipenuhi dengan kepalsuan. Ia mengutip Plato yang menyebut adanya kaum *sophist*, yakni orang yang memiliki kelihaihan dalam memproduksi keyakinan ilusif dan penampakan palsu. Mereka juga pintar memproduksi imitasi dari suatu (realitas) yang terdiri dari dua jenis citra, yakni 1) sesuatu yang menyerupai asli berupa reproduksi dari awal, replika dari orisinal, reproduksi secara persis (*copy*); 2) yang tidak merupakan reproduksi sepenuhnya dari yang orisinal, akan tetapi melibatkan elemen-elemen penipuan yang menyerupai aslinya dengan tingkat kenyataan yang rendah.²⁸

Pengertian citra juga dikemukakan Jean Boudrilard yang secara radikal memisahkan antara citra dengan realitas. Namun Boudrilard membuat 4 fase citra (*image*) yakni; 1) citra sebagai cermin dari realitas, inilah yang dimaksud dengan representasi; 2) citra menjadi topeng dan penyesat dari realitas; 3) citra menyembunyikan ketiadaan realitas; 4) citra tidak ada kaitan sama sekali dengan realitas yang oleh Boudrilard disebut sebagai simulasi (*simulation*).

Terkait dua definisi di atas penelitian ini melihat citra sebagai cermin dari realitas atau yang oleh Boudrilard disebut sebagai representasi. Hal ini dilandasi dengan sudut pandang AWK yang melihat teks sebagai sesuatu yang tidak terpisahkan dari konteks dimana teks tersebut diciptakan. Dalam berbagai studi tentang teks, citra selalu menjadi alat

²⁸Yasraf Amir Piliang, *Transpolitika: Dinamika Politik di dalam Era Virtualitas*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2005), 383.

untuk membongkar realitas media yang ada dalam iklan, film, dan teks lain yang terkait erat dengan dunia yang tidak real. Iklan misalnya, memiliki sifat dan kecenderungan yang mendekati logika pembohong. Sebuah iklan biasanya menawarkan sebuah citra yang dalam konteks bahasa iklan dapat dijelaskan sebagai gambaran menta dari sesuatu yang sebenarnya tidak ada.

Teori imagologi dijadikan sebagai landasan peneliti melihat upaya pembangunan *image* capres melalui pesan-pesan pendukungnya. Berbagai citra diproduksi untuk menciptakan sosok capres ideal.

3. Teori dasar *Critical Discourse Analysis*

Asumsi dasar teori CDA bahwa teks merupakan praktik sosial dan bukan sekadar alat untuk menyampaikan informasi. Di balik sebuah teks tersembunyi ideologi dan hegemoni. Dalam menggunakan teori ideologi, Fairclough mengacu pada pandangan Louis Althusser yang menggunakan ideologi untuk memahami bagaimana sebuah ideologi berfungsi dalam masyarakat. Sementara dalam menggunakan teori hegemoni mengacu pada pandangan Gramsci yang mengartikan hegemoni sebagai kepemimpinan (*leadership*) atau dominasi di berbagai bidang seperti ekonomi, politik, budaya, dan domain ideologis suatu masyarakat.²⁹

Pada tradisi marxisme sebelum Gramsci maupun tradisi sebelumnya, istilah hegemoni digunakan untuk menjelaskan fenomena kekuasaan politik. Namun kemudian, Antonio Gramsci memperluas

²⁹ Ibid, 217.

pengertian konsep hegemoni, sehingga dapat digunakan untuk menjelaskan tidak hanya relasi antarkelas politik, tetapi juga relasi-relasi sosial yang lebih luas, seperti relasi gender, ras, agama, bahkan gaya hidup. Gramsci di dalam *Selection From Prison Notebooks* menjelaskan konsep hegemoni tidak hanya dalam pengertian dominasi politik lewat kekuatan, akan tetapi juga harus dominasi melalui kepemimpinan intelektual dan moral yang pada akhirnya terjadi penerimaan publik.³⁰ Ini berarti harus terjadi keseimbangan antara kekuatan dan penerimaan publik. Untuk menjaga keseimbangan tersebut, harus ada upaya untuk memastikan adanya legitimasi atau penerimaan publik atas sebuah kekuatan senjata melalui sebuah mekanisme opini publik.

Pada abad informasi, media massa merupakan alat hegemonis yang sangat sentral perannya dalam menyampaikan ide-ide hegemonis tertentu, karena jangkauannya luas, akses terbuka, serta sifatnya menghibur. Alat-alat hegemoni ini ketika dikombinasikan dan digunakan oleh kelas dominan tertentu akan membentuk apa yang disebut Gramsci sebagai struktur ideologi dari sebuah kelas dominan.

Persoalan ideologis pada media muncul ketika apa yang disampaikan media (dunia representasi) dikaitkan dengan kenyataan sosial (dunia nyata). Sebab seringkali memunculkan berbagai problematika ideologis di dalam kehidupan sosial dan budaya. Pertanyaan-pertanyaan ideologis yang sering muncul mengenai politik media adalah, apakah

³⁰ Antonio Gramsci, *Selection from Prison Notebooks*, (Lawren & Wishart, 1991), 57-58.

media merupakan cerminan atau refleksi dari realitas? Apakah ia sebaliknya menjadi cermin dari separuh realitas dan menjadi topeng dari separuh realitas lainnya? Apakah media melukiskan realitas atau sebaliknya mendistorsi realitas?.

Ketika media dikendalikan oleh berbagai kepentingan ideologis dibaliknya, maka ketimbang menjadi cermin realitas, media sering dituduh sebagai perumus realitas sesuai dengan ideologi yang melandasinya. Beroperasinya ideologi di balik media, tidak dapat dipisahkan dari mekanisme ketersembunyian dan ketidaksadaran yang merupakan kondisi dari keberhasilan sebuah ideologi. Di antara mekanisme beroperasinya ideologi media yakni melalui mekanisme oposisi biner.³¹

Terkait penelitian ini, media sosial Twitter sebagai ruang publik virtual terlihat dimanfaatkan oleh para pendukung untuk merumuskan realitas identitas, karakter, dan kompetensi capres. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Gramsci, peneliti merasa skeptis dengan netral atau tidaknya pesan-pesan dalam Twitter. Ideologi dan hegemoni dibalik pesan dicoba dibongkar oleh peneliti melalui penelitian ini.

4. Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough

Menurut Jorgensen dan Phillips, pendekatan Fairclough disebut sebagai analisis diskursus yang berorientasi teks yang berusaha menyatukan tiga tradisi: 1) analisis tekstual dalam bidang linguistik (termasuk grammar fungsional Michael Halliday); 2) analisis makro-

³¹ Piliang, *Transpolitika*, 220.

sosiologis dari praktik sosial termasuk teori-teori Foucault yang tidak menyediakan metodologi analisis teks; dan 3) tradisi interpretatif mikro-sosiologis dalam disiplin ilmu sosiologi.³² Dengan menyatukan ketiga tradisi, Fairclough menganggap analisis terhadap teks saja seperti yang banyak dikembangkan oleh ahli linguistik tidak cukup, karena tidak bisa mengungkap lebih jauh dan mendalam kondisi sosio-kultural yang melatarbelakangi munculnya teks. Begitu juga sebaliknya, pandangan ini juga sekaligus mengkritik para pengikut post-strukturalis yang lebih menekankan pada aspek sosio-kultural dari munculnya teks tanpa menyediakan metodologi yang memadai bagi analisis teks yang pada dasarnya merupakan representasi dan artikulasi dari pemikiran, kepentingan, dan ideologi yang dilekatkan pada teks.

Lebih lanjut, diskursus, menurut Fairclough berperan dalam konstruksi identitas sosial, relasi sosial, dan sistem pengetahuan dan makna. Oleh karenanya, diskursus memiliki tiga fungsi, yakni fungsi identitas, fungsi relasional, dan fungsi ideasional.³³ Fungsi identitas menegaskan peran diskursus dalam mengkonstruksi identitas sosial anggota masyarakat. Fungsi relasional terkait dengan keberadaan diskursus yang berfungsi untuk menciptakan relasi-relasi sosial di dalam masyarakat yang disesuaikan dengan identitas sosialnya. Adapun fungsi ideasional menunjuk pada peran diskursus dalam mengkonstruksi

³² Marianne Jorgensen dan Louise Phillips, *Discourse Analysis as Theory and Method* (Los Angeles: Sage, 2002), 65-66.

³³ *Ibid*, 67.

pengetahuan dan keyakinan yang menjadi sumber referensi bagi masyarakat untuk memaknai dunia, identitas sosial, dan relasi sosial.

Dalam analisis diskursusnya, Fairclough menawarkan model tiga dimensi yang mewakili tiga domain yang harus dianalisis, yakni teks (ucapan, tulisan, image visual, atau kombinasi dari ketiganya), praktik diskursif yang mencakup produksi dan konsumsi teks, dan praktik sosial.

a. Teks

Fairclough melihat teks dalam berbagai tingkatan. Sebuah teks bukan hanya menampilkan suatu objek digambarkan tetapi juga bagaimana hubungan antarobjek didefinisikan. Ada tiga elemen dasar dalam model Fairclough yang dapat digambarkan dalam tabel berikut.³⁴

Tabel 2.2 Elemen Dasar Teks Fairclough

UNSUR	YANG INGIN DILIHAT
Representasi	Bagaimana peristiwa, orang, kelompok, situasi, keadaan, atau apa pun ditampilkan dan digambarkan dalam teks.
Relasi	Bagaimana hubungan antara wartawan, khalayak, dan partisipan berita ditampilkan dan digambarkan dalam teks.
Identitas	Bagaimana identitas wartawan, khalayak, partisipan berita ditampilkan dalam teks.

³⁴ Eriyanto, *Analisis*, 289

Pada aspek representasi, teks dianalisis secara linguistik pada bagian representasi dalam anak kalimat, representasi dalam kombinasi anak kalimat, representasi dalam rangkaian anak kalimat, relasi, identitas, dan intertekstualitas.

b. Praktik diskursif

Praktik diskursif berfokus pada bagaimana produksi dan konsumsi teks. Teks dibentuk melalui suatu praktik diskursif yang menentukan bagaimana teks tersebut diproduksi. Fairclough memandang ada dua sisi dari praktik diskursif, yakni produksi teks dan konsumsi teks. Kedua hal tersebut berhubungan dengan jaringan yang kompleks dan melibatkan berbagai aspek praktik diskursif. Dari berbagai faktor yang kompleks tersebut, setidaknya melibatkan aspek penting, yakni pembuat teks, hubungan antara pembuat dengan struktur organisasi, dan praktik kerja atau rutinitas pembuat teks.³⁵

c. Praktik sosial

Asumsi dasar analisis praktik sosial bahwa konteks sosial yang ada diluar mempengaruhi bagaimana wacana dimunculkan. Fairclough menjelaskan bahwa hubungan antara teks dengan praktik sosial dijembatani oleh praktik diskursif. Ada tiga level analisis praktik sosial, yakni level situasional, institusional, dan sosial.³⁶

³⁵ Ibid, 316-317.

³⁶ Ibid, 322.

Cara kerja analisis wacana kritis Norman Fairclough menjadi teori utama untuk mengetahui bentuk representasi kepemimpinan politik. Peneliti menggunakan tahapan analisis teks dan kultur sosial (situasi dan sosial) untuk membongkar wacana kekuasaan atau dominasi di balik pesan-pesan pendukung capres.

5. Pesan dalam Komunikasi Politik

Pesan dalam kegiatan komunikasi membawa informasi yang disampaikan oleh komunikator. Pesan selain membawa informasi juga memberikan makna kepada siapa saja yang menginterpretasikannya. Pesan merupakan konten atau isi dari kegiatan komunikasi secara umum, termasuk komunikasi politik. Pesan dalam komunikasi politik dalam praktik sejarahnya pernah dimaknai sebagaimana ‘peluru’ untuk mempengaruhi komunikan atau khalayak. Pada era tahun 1940-an, pesan komunikasi dianggap seperti peluru yang bisa ditembakkan oleh komunikator kepada khalayak. Masyarakat atau khalayak dipandang sebagai entitas pasif yang menjadi sasaran gempuran pesan atau informasi. Itulah yang dikenal dengan istilah *The Bullet Theory*. Komunikasi persuasi memiliki kekuatan pengaruh yang *powerfull*, tidak hanya karena kekuatan komunikator yang menyampaikan, tetapi lebih karena kedahsyatan isi atau konten pesan disampaikan untuk mempengaruhi khalayak.³⁷

Aristoteles menjelaskan ada tiga elemen dasar dalam komunikasi yang kemudian menjadi dasar teori retorika politik, yakni: 1)

³⁷ Henry Subiakto dan Rachma Ida, *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2012), 28.

communicative ideology atau penyampaian nilai-nilai atau ideologi yang disampaikan oleh komunikator, 2) *emotional quality* atau perasaan emosional yang dimiliki oleh khalayak pada saat komunikasi terjadi, 3) *core argument* atau pesan komunikasi yang bermakna (argumentasi inti). Maka, jelas dari yang dijelaskan oleh Aristoteles bahwa pesan komunikasi mempunyai *power* atau kekuatan untuk menyampaikan keinginan, nilai, ideologi, pemikiran, opini, dan sebagainya dari peserta komunikasi, terutama dalam komunikasi persuasi untuk membujuk atau mempengaruhi orang lain untuk berperilaku sesuai dengan apa yang diinginkan oleh komunikator.

Pada intinya pesan mengatakan sesuatu tentang komunikasi. Pesan sendiri mempunyai sub-sub pesan yang mengandung maksud dan tujuan tertentu. Khalayak bisa memperhatikan hanya pada pesan utama, tetapi ada juga yang lebih memperhatikan sub pesan jika mereka merasa lebih berkepentingan atau sesuai dengan *interes* atau keinginan dirinya.

Pesan merupakan inti dari komunikasi politik. Pesan bisa negatif dan positif tergantung dari persepsi dan pemaknaan yang muncul dari khalayak. Kekuatan pesan juga dipengaruhi oleh cara membungkus pesan tersebut. Cara membungkus pesan inilah yang kemudian memunculkan istilah *sound bite culture*. *Sound bite* adalah satu garis kalimat yang diambil dari pidato atau pernyataan yang panjang atau dari seperangkat teks yang dapat digunakan sebagai indikasi dari pesan yang lebih besar. *Sound bite* digunakan dalam media untuk mendefinisikan pesan, argumen

dan kebijakan. Menurut Kald dan Haltz Bach, *sound bite* adalah terminologi yang digunakan oleh jurnalis televisi dan reporter radio atau menyebutnya sebagai klip (pemenggalan potongan pernyataan yang penting). Kata *bite* digunakan untuk menghadapi tekanan menyampaikan cerita dalam waktu yang relatif singkat dan terbatas.³⁸

Jurnalis televisi atau radio hanya memasukkan potongan wawancara yang dianggap penting dari hasil rangkaian wawancara yang panjang, yang dilakukan oleh reporter karena waktu tayang yang sangat pendek. Jurnalis juga menyebut *bite* untuk mengambil dan menggarisbawahi pernyataan-pernyataan yang dianggap penting, menohok, atau emosional dan membangkitkan diskusi publik yang panas. Mereka melakukan proses *sound bite* ini karena tidak mungkin seluruh wawancara yang para reporter atau jurnalis lakukan ditayangkan atau broadcast dalam waktu yang sangat terbatas.

Pada era media online saat ini, pesan komunikasi politik tidak hanya diproduksi oleh aktor politik, melainkan juga para pendukungnya. Mereka juga menerapkan *sound bite culture* untuk membangun citra kepemimpinan politik calon yang didukung. Terkait dengan penelitian ini, para pendukung capres memproduksi twit dengan men-*highlight* peristiwa atau momen paling penting, menohok, emosional, yang dilakukan oleh capres pada saat melakukan kampanye terbuka. *Sound bite* mereka

³⁸ Ibid, 30.

lakukan karena terbatas dengan ruang Twitter yang hanya menyediakan 280 karakter.

6. Media Sosial sebagai Media Komunikasi Politik

Keluwesannya media sosial berhubungan dengan pemanfaatan penggunaan yang semakin mudah. Setiap orang tanpa kesulitan dapat menggunakan media sosial untuk mencari, memperoleh dan memanfaatkan informasi yang beragam dalam koridor kebebasan berkomunikasi. Media sosial sebagai entitas pengolah dan penyebar informasi yang fleksibel dimanfaatkan oleh pengguna yang tidak tersegmentasi dalam kelompok sosial, ekonomi dan politik. Fleksibilitas media sosial mampu membangun dan meningkatkan hubungan antar individu maupun kelompok di dunia maya, yang tidak dibatasi oleh perbedaan status di masyarakat.³⁹

Bentuk populer media sosial berbasis internet antara lain, adalah Blog, Twitter, Facebook, Wikipedia, dan MySpace. Media sosial berkembang seiring meningkatnya aplikasi berbasis internet yang bersifat dua arah (Web 2.0) sehingga pengguna mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi untuk membangun kesamaan makna.

Media sosial sering dihubungkan dengan kebebasan demokrasi informasi karena mengubah seseorang dari pembaca konten, menjadi penerbit konten. Ini merupakan pergeseran dari mekanisme siaran, berakar pada percakapan antara penulis, orang, dan teman sebaya. Unsur fundamental media sosial adalah pertama, media sosial melibatkan saluran

³⁹ Eko Harry Susanto, "Media Sosial sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik", vol.3,3 (Jakarta: Jurnal ASPIKOM, 2017), 386.

sosial yang berbeda dan online menjadi saluran utama. Kedua, media sosial berubah dari waktu ke waktu, artinya media sosial terus berkembang. Ketiga, media sosial bersifat partisipatif. “penonton/khalayak” mempunyai hak bicara dianggap kreatif, sehingga dapat memberikan komentar.⁴⁰

Media sosial memiliki hakikat untuk memberikan keleluasaan bagi pengguna untuk berinteraksi lebih intensif tanpa jarak dan waktu yang seringkali menjadi penghambat. Pesan dapat mengalir dengan cepat kepada pihak yang berkepentingan ataupun entitas yang memiliki perhatian terhadap berbagai pemberitaan. Media memang mempermudah para penggunanya untuk berbagi dan menciptakan pesan melalui jejaring sosial, media online, forum dunia maya dan dunia virtual.⁴¹ Selain itu, dalam ranah komunikasi politik, media sosial mempunyai kekuatan dalam mempengaruhi pendapat masyarakat. Upaya penggalangan untuk memperoleh dukungan yang cepat menjadi kekuatan media sosial dalam kecepatan penyampaian pesan.

Berdasarkan *Pew Research* tahun 2015, pengguna media sosial memiliki keberagaman dari aspek umur, jenis kelamin, status sosial ekonomi, tingkat pendidikan, ras, etnisitas, penduduk desa dan perkotaan.

⁴²Pengguna media sosial yang beragam dan berasal dari tingkat sosial,

⁴⁰ Dave Evans, *Social Media Marketing An Hour A Day*, (Canada : Wiley Publishing, Inc, 2018), 34.

⁴¹ , Denis Mc.Quail, *Mass Communication Theory, 6th Edition*, (London : Sage Publication Ltd, 2010), 6.

⁴² Andrew Perrin, *Social Media Usage: 2005-2015 65% of Adults Now Use Social Networking Sites-A Nearly Tenfold Jump In The Past Decade*, (US : Pew Reseach Center, 2016), 3.

ekonomi dan politik yang berbeda, diikat oleh satu kebiasaan dan perilaku yang berhubungan dengan kultur literasi malas membaca dan mencari kebenaran.

Situs Berita Satu mengungkapkan, kondisi masyarakat Indonesia pada umumnya tidak lekat dengan budaya membaca dan menulis, ingin yang serbainstan, serta daya kritis masih rendah. Gejala ini tidak hanya dimiliki oleh mereka yang berpendidikan rendah, kelas menengah dengan pendidikan tinggi pun banyak yang seolah kehilangan akal sehat manakala menerima materi informasi yang tidak akurat. Informasi itu diamini hanya karena sesuai dengan sentimen pribadi atau kelompoknya tanpa pikir panjang tentang apakah benar, apakah membahayakan, apakah memecah belah atau tidak, informasi kemudian dibagikan kepada yang lain.

Keberagaman pengguna ini diikat oleh suatu kepentingan yang merujuk kepada ketidaksukaan atau kecintaan terhadap suatu entitas yang mereka percaya dapat memberikan hal yang lebih baik. Gerakan sosial politik dunia maya kemungkinan ada yang diikat oleh kepentingan politik dalam memburu kekuasaan dan tujuan bisnis di level elite atau masyarakat tingkat atas. Di sisi lain dalam posisi sebagai massa pada umumnya, bukan mustahil mereka diikat oleh nilai-nilai sektarian, semangat sub-nasional, komunalisme dan semangat permurnian kepercayaan yang menguat, tentu ada juga ikatan lain yang muncul dalam penggunaan media sosial adalah kepentingan-kepentingan lain yang merujuk kepada perasaan senasib sebagai warga yang kurang beruntung, mereka yang terpinggirkan oleh

sistem sosial ekonomi dan politik yang dibangun oleh kekuasaan. Kelompok pengguna bahkan ada yang sama sekali tidak menghiraukan etika kehidupan bernegara karena perilaku hedonisme yang menggejala.⁴³

Pada penelitian ini, Twitter dalam level massa menjadi basis suara kelompok politik yang memiliki dua mata pisau. Sebagian menfungsikan sebagai alat untuk mencari informasi yang dapat memenuhi kebutuhan yang bersifat positif, seperti memberikan pembelajaran, pemahaman luas terhadap kehidupan bernegara dan menyuarakan harapan untuk kehidupan yang lebih baik. Kemudian sebagian yang lain menggunakannya untuk mencari informasi yang bersifat negatif terhadap individu maupun kelompok yang tidak disukai, misalnya pesan memanasakan, pertikaian antar kelompok, kebencian terhadap mereka yang tidak disukai, mengunggulkan kelompoknya dan bersifat etnosentrisme, sektarianisme, komunalisme, semangat sub-nasional dan pesan atau berita negatif lainnya yang memberikan kepuasan dalam jerat konflik yang laten maupun manifes.⁴⁴

7. Teori demokrasi deliberatif

Temuan adanya praktik kekuasaan pada pesan akun pendukung capres kemudian akan dikonfirmasi menggunakan teori demokrasi deliberatif Jurgen Habermas. Kata deliberatif berasal dari kata Latin *deliberatio* atau deliberasi (Indonesia) yang artinya konsultasi,

⁴³ Dave Evans, *Social Media*, 388.

musyawarah, atau menimbang-nimbang. Demokrasi bersifat deliberatif jika proses pemberian alasan atas suatu kandidat kebijakan publik diuji lebih dahulu lewat konsultasi publik, atau diskursus publik. Asumsi dasarnya adalah bahwa bukan jumlah kehendak perseorangan dan juga kehendak umum yang menjadi sumber legitimasi, melainkan proses pembentukan keputusan politis yang selalu terbuka terhadap revisi secara deliberatif dan diskursus argumentatif.⁴⁵

Dalam rangka mengatasi kompleksitas pada masyarakat modern yang memiliki kemajemukan gaya hidup dan orientasi nilai, Habermas mempunyai keyakinan bahwa melalui tindakan komunikatif masyarakat modern dengan segala kompleksitasnya dapat diintegrasikan. Tindakan komunikatif adalah tindakan yang mengarahkan diri pada konsensus.⁴⁶

Artinya, setiap tindakan menjadi tindakan rasional yang berorientasi kepada kesepahaman, persetujuan dan rasa saling mengerti. Konsensus semacam itu, bagi Habermas, hanya dapat dicapai melalui diskursus praktis yang tidak lain adalah prosedur komunikasi. Diskursus praktis adalah suatu prosedur (cara) masyarakat untuk saling berkomunikasi secara rasional dengan pemahaman intersubjektif. Dalam tipe diskursus ini anggota masyarakat mempersoalkan klaim ketepatan dari norma-norma yang mengatur tindakan mereka.

Habermas mengajukan tiga prasyarat komunikasi agar konsensus rasional dapat diterima secara umum, yakni:

⁴⁵ Fahrul Muzaqqi, "Diskursus Demokrasi Deliberatif di Indonesia", vol. 3,1 (Surabaya: Jurnal Review Politik, 2013), 131.

⁴⁶ Ibid, 132.

- a. Keikutsertaan di dalam sebuah diskursus hanya mungkin, jika orang mempergunakan bahasa yang sama dan secara konsisten mematuhi aturan-aturan logis dan semantis dari bahasa tersebut.
- b. Kesamaan dalam memperoleh kesempatan dalam diskursus hanya dapat terwujud, jika setiap peserta memiliki maksud untuk mencapai konsensus yang tidak memihak dan memandang para peserta lainnya sebagai pribadi-pribadi otonom yang tulus, bertanggungjawab sejajar dan tidak menganggap mereka ini hanya sebagai sarana belaka.
- c. Harus ada aturan-aturan yang dipatuhi secara umum yang mengamankan proses diskursus dari tekanan dan diskriminasi. Aturan-aturan tersebut harus memastikan bahwa orang mencapai konsensus berkat “paksaan tidak memaksa dari argumen yang lebih baik”. Melalui diskursus praktis dengan prosedur komunikasi yang rasional, Habermas yakin bahwa risiko ketidaksepakatan yang menggiring masyarakat pada disintegrasi dapat dibendung.

Bagi Habermas, pluralitas yang banyak dipahami masyarakat sebagai sumber perpecahan justru berfungsi sebagai kontribusi dalam proses pembentukan opini dan aspirasi publik. Komunikasi politik pada diskursus praktis dengan argumen rasional dapat menghasilkan hukum yang legitim. Masyarakat yang membudayakan proses legislasi hukum secara demokratis akan dirangsang untuk memobilisasi solidaritas sosial yang makin meninggalkan perspektif etnosentris para anggotanya, karena dalam setiap komunikasi autentik para partisipan dapat mencapai saling pemahaman dengan cara mengambil alih perspektif partner

komunikasinya. Teori tentang demokrasi deliberatif adalah suatu upaya untuk merekonstruksi proses komunikasi dalam konteks negara hukum demokratis.

Tujuan penggunaan teori ini sebagai kriteria demokratis atau tidaknya diskusi mengenai kepemimpinan politik yang terjadi di Twitter.

Adapun kriterianya sebagaimana ditentukan oleh Habermas mengenai prosedur komunikasi ideal yakni;⁴⁷

- a. perlindungan terhadap ruang privat (*protection of private sphere*), yakni bagaimana ruang publik melindungi isu-isu privat, seperti identitas (suku, agama, gender, dll); b) diskusi argumentatif yakni adanya pertukaran informasi yang menggunakan alasan kritis dan bisa diuji keabsahannya; c) melibatkan semua (*inclusive*), yakni semua pihak yang terpengaruh oleh suatu kebijakan (*policy*) yang sedang dibicarakan harus dilibatkan dalam diskusi. Tidak ada individu atau kelompok yang dikeluarkan dari diskusi; d) kesetaraan (*equality*), yakni bebas dari adanya kekuasaan atau paksaan baik dari internal maupun eksternal yang memungkinkan masing-masing pihak bisa menyampaikan pendapatnya secara bebas; e) kepentingan sama (*equal interest*), yakni bagaimana masing-masing pihak yang sedang berkomunikasi sedang membangun kepentingan bersama; f) konsensus (*consensus*) keinginan untuk mencapai kesepakatan bersama; g) dialog netral mengutamakan keadilan dibandingkan dengan kebaikan dalam setiap isu yang diisukan.

⁴⁷Budi Hadirman, *Demokrasi Deliberatif*, (Yogyakarta: Kanisius, 2009), 127.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang dilakukan ini berjenis penelitian deskriptif kualitatif yaitu pada analisis teks linguistik. Ciri utama penelitian deskriptif adalah paparannya yang bersifat relatif atau banyak uraian kata-kata. Data yang dikumpulkan berupa kata-kata dan bukan angka. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti.

Penggunaan pendekatan kualitatif dilandasi pemikiran bahwa penelitian memiliki ciri-ciri yang relevan untuk melaksanakan penelitian. Ciri-ciri penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Biklen adalah (1) menggunakan latar alami sebagai sumber data langsung dan peneliti sebagai instrument utama, (2) bersifat deskriptif, (3) lebih memperhatikan proses daripada hasil, (4) cenderung menganalisis data secara induktif, dan (5) makna merupakan perhatian utama.⁴⁸

Berdasarkan ciri-ciri penelitian kualitatif tersebut, alasan penggunaan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini antara lain (1) penelitian representasi kepemimpinan politik capres memiliki latar alami, (2) penelitian ini berupaya mendeskripsikan kepemimpinan politik capres direpresentasikan serta praktik kekuasaan yang berada dibalik teks tersebut, (3) penelitian ini mengutamakan proses daripada hasil, (4) analisis datanya secara induktif, dan (5) substansi yang dibangun melalui makna ditemukan dalam teks.

⁴⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010), 23.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di media sosial Twitter. Pemilihan Twitter sebagai lokasi penelitian karena, *pertama* aktivitas kampanye oleh para pendukung masif dilakukan di media sosial Twitter dibandingkan lainnya. *Kedua*, adanya fitur hastag membuat peneliti mudah mengklasifikasi narasi yang memiliki tema sama. *Ketiga* setiap twit mengenai capres yang *trending topic* seringkali menjadi bahan pemberitaan media massa mainstream. Ini berarti pesan-pesan pendukung yang disampaikan melalui Twitter memiliki pengaruh besar dalam mempengaruhi opini publik secara luas. Selanjutnya, adapun rentang waktu penelitian dilakukan selama masa kampanye terbuka Pilpres 2019, yakni pada 24 Maret – 13 April 2019.

C. Subyek dan Obyek Penelitian

Penetapan akun sampel sebagai unit analisis menggunakan teknik *purposive sampling* atau sampel bertujuan, dimana peneliti secara sengaja telah menetapkan unit analisis dengan pertimbangan kriteria sebagai berikut:

1. akun Twitter dengan minimal 1.000 followers yang teridentifikasi mendukung salah satu kandidat capres
2. akun tersebut aktif mem-*broadcast* twit selama masa kampanye terbuka dan sering di *mention* oleh akun lain setiap kali membahas Pilpres 2019.

Berdasarkan kriteria tersebut terpilih 10 akun Twitter yang mewakili pendukung Jokowi dan Prabowo. Adapun rincian enam akun pendukung Jokowi, yaitu @ndorobbs, @PartaiSocmed, @yusuf_dumdum, @rianaoyoy,

@PakarLogika. Sementara enam akun pendukung Prabowo, adalah @haidir_setiawan, @hidayat_Jamal, @RositFPI, @miladi_fahmi, @refty_wf.

Selanjutnya objek penelitiannya adalah pesan-pesan dari 10 akun yang muatannya berisi upaya membangun citra kepemimpinan politik capres yang mereka dukung.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan dokumentasi.

1. Observasi

Metode observasi menurut Nasution, yang dikutip oleh Sugiono: “Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Metode observasi merupakan pengamatan yang meliputi kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu obyek dengan menggunakan seluruh alat indera.”⁴⁸ Selama masa kampanye terbuka pilpres 2019, peneliti melakukan pengamatan terhadap 12 akun Twitter pendukung capres untuk mengetahui dinamika pesan-pesan yang mereka produksi.

⁴⁸ Ibid,126

2. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk gambar, tulisan, atau karya-karya monumental dari seseorang.⁴⁹ Adapun pada penelitian ini, dokumentasi diperoleh dengan meng-*capture* twit objek penelitian serta kajian kepustakaan. Sebagai pemandu jaringan data primer, peneliti mendokumentasikan pesan-pesan yang memuat kriteria masing-masing data yang diperlukan berupa tabel indikator. Pada variabel representasi peneliti menetapkan teks yang didalamnya terdapat perbincangan mengenai identitas, karakter, dan kompetensi capres. Kemudian untuk variabel membongkar praktik kekuasaan, peneliti melihat aspek situasional dan sosial ketika teks tersebut dibuat. Selanjutnya, sebagai data sekunder peneliti melakukan studi pustaka dengan cara menghimpun informasi-informasi yang relevan dengan topik, diperoleh dari buku-buku ilmiah, jurnal, berita, dan situs-situs lain yang terkait.

E. Analisis Data

Pada prinsipnya setiap data dalam penelitian ini dikumpulkan, diklasifikasi, kemudian dianalisis sesuai dengan fokus penelitian yang ingin diungkap. Sebagai upaya memenuhi fokus penelitian (representasi dan praktik kekuasaan) dalam twit akun pendukung capres, analisis data yang dilakukan meliputi mengumpulkan data, mengklasifikasi data, selanjutnya menganalisis

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 320.

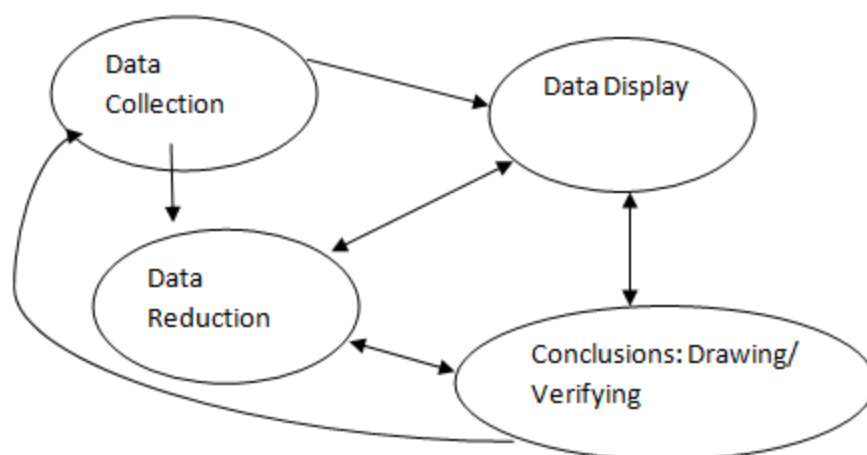
data dari segi ideologi dalam wujud/struktur wacana menurut model analisis wacana kritis tertentu.

Model analisis wacana kritis (AWK) yang digunakan adalah AWK model Norman Fairclough. Norman Fairclough membagi analisis wacana dalam tiga dimensi: teks, *discourse praktice*, dan *sociocultural practice*. Berdasarkan kajian tersebut peneliti mengambil dua kajian yaitu teks dan *sociocultural practice* dikarenakan kedua ranah kajian tersebut sesuai dengan target yang peneliti ambil sebagai bukti penelitian.

Adapun langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti dalam menganalisis data yaitu mulai dari koleksi data, reduksi data, display data dan kesimpulan. Berikut gambar analisis data *Interactive Model* Miles dan Huberman:⁵⁰

Gambar 3.1

Komponen dalam analisis data (*Interactive Model*)



Sumber : Analisis model Miles and Huberman

⁵⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, 337-338.

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Dalam menganalisis data tentang keluarga buruh migran, awalnya peneliti melakukan reduksi data dikarenakan data yang didapatkan terlalu banyak. Reduksi data ini digunakan untuk merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari pola dan temanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data tentang keluarga yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan data selanjutnya, sehingga data yang didapatkan sesuai dengan fokus dan tujuan penelitian.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, selanjutnya peneliti mendisplaykan data. Display data atau penyajian data diuraikan dengan teks dalam bentuk narasi. Dalam hal ini peneliti menarasikan data yang didapatkan dan memetakannya berdasarkan masing-masing subyek yang diwawancarai. Dengan mendisplay data, maka peneliti lebih mudah untuk memahami apa yang terjadi dalam keluarga buruh migran, dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami.

3. *Conclusion Drawing/ Verification*

Langkah ketiga setelah mendisplay data yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan dapat berubah bila ditemukan bukti-bukti lain yang ditemukan ketika melakukan penelitian selanjutnya. Tetapi kesimpulan

dapat dikatakan kredibel jika bukti-bukti yang didapatkan sudah valid dan konsisten ketika peneliti kembali ke lapangan. Dalam hal ini peneliti juga menerapkan hal tersebut karena pada saat penelitian pertama ditemukan perbedaan dengan penelitian yang kedua.

F. Keabsahan Data

Pengujian keabsahan data pada penelitian kualitatif ini ditempuh dengan menggunakan uji kredibilitas dan uji dependabilitas sebagai berikut:

1. Uji Kredibilitas (*Credibility Test*)

Uji kredibilitas merupakan sebutan uji validitas dalam penelitian kualitatif. Persyaratan data dianggap memiliki kredibilitas atau tingkat kepercayaan yang tinggi yaitu terdapat kesesuaian antara fakta di lapangan yang dilihat dari pandangan atau paradigm informan, narasumber ataupun partisipan dalam penelitian. Hal ini dikarenakan penelitian kualitatif bertujuan untuk menggambarkan/mendeskripsikan/memahami kejadian atau fenomena yang menarik dari sudut pandang informan⁵¹. Langkah atau strategi untuk meningkatkan kredibilitas data pada penelitian ini antara lain perpanjangan pengamatan, ketekunan penelitian, diskusi teman sejawat.

⁵¹ Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 80.

a. Perpanjangan pengamatan

Perpanjangan pengamatan akan memungkinkan derajat kepercayaan data yang dikumpulkan.⁵² Perpanjangan pengamatan yang peneliti lakukan adalah pengamatan mendalam terhadap teks yang dibuat oleh akun pendukung capres. Peneliti melakukan perpanjangan waktu sampai dengan Komisi Pemilihan Umum (KPU) menetapkan pasangan calon yang berhasil memenangkan Pemilu, yakni 21 Mei 2019.

b. Ketekunan pengamatan

Kegiatan meningkatkan ketekunan dapat berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis.⁵³ Ketekunan pengamatan peneliti lakukan dengan cara membaca berita melalui media massa mainstream sebagai penunjang informasi kegiatan kampanye terbuka yang dilakukan capres serta gambaran situasi. Selain itu, peneliti juga membaca berbagai buku referensi untuk melihat kultur sosial sebagai upaya membantu menjawab praktik kekuasaan ideologi yang berada di balik pesan-pesan para pendukung capres.

⁵² Burhan Bungin, Analisis Data Penelitian Kualitatif, (), 60.

⁵³ Ibid, 368.

c. Melibatkan *expert judgment*

Triangulasi pengamat adalah penunjukan dan permohonan kepada pengamat di luar peneliti untuk memeriksa hasil pengumpulan data. Dalam penelitian ini, peneliti meminta kepada Muhibbin untuk bertindak sebagai pengamat (*expert judgement*) yang memberikan masukan terhadap hasil pengumpulan data.

2. Uji dependabilitas

Uji dependabilitas (*dependability*) dianggap sama dengan reliabilitas dalam penelitian kuantitatif. Pandangan kuantitatif tradisional tentang reliabilitas didasarkan pada asumsi replikabilitas (*replicability*) atau keterulangan (*repeatability*). Penelitian yang reliable apabila orang lain dapat mengulangi atau mereplikasi proses penelitian tersebut.⁵⁴ Artinya, peneliti memastikan bahwa akun-akun sebagai subyek penelitian konsisten dalam memproduksi pesan mendukung maupun tidak calon presiden sampai batas waktu kampanye terbuka Pilpres 2019.

G. Tahap-Tahap Penelitian

Tahap-tahap penelitian merupakan kegiatan yang dilakukan selama proses penelitian sedang berjalan, tahap yang harus dilakukan dalam melakukan penelitian adalah:

1. Tahap Pra Lapangan
 - a. Menyusun rancangan penelitian

⁵⁴ Emzir, *Metodologi*, 80.

Sebelum melakukan penelitian awalnya peneliti menyusun rancangan penelitian berdasarkan gambaran permasalahan atau isu-isu yang telah didapatkan terkait aktivitas komunikasi politik yang dilakukan oleh para pendukung capres selama masa kampanye terbuka, sebagaimana yang telah di ACC oleh fakultas dan dosen pembimbing. Adapun yang dirancang pra penelitian adalah sebagai berikut:

- 1) Judul Penelitian
- 2) Latar Belakang Penelitian
- 3) Fokus Penelitian
- 4) Tujuan dan manfaat Penelitian
- 5) Kajian teori
- 6) Metode Pengumpulan Data

b. Menjajaki dan menilai lapangan

Lapangan dalam penelitian ini bukan berbentuk tempat nyata, melainkan sebuah ruang virtual berupa media sosial Twitter. Selama proses penjajakan dan menilai, peneliti tidak mengalami kesulitan, sebab telah menjadi *follower* dari akun-akun tersebut sebelum masa kampanye terbuka berlangsung. Sehingga apapun twit yang dibuat oleh obyek penelitian akan secara otomatis muncul dalam *timeline* akun twit peneliti, yakni @Jazilatul98.

c. Menyiapkan perlengkapan penelitian

Peneliti harus menyiapkan instrument pengumpulan data terkait penelitian, yakni instrumen dokumentasi, diantaranya aplikasi *screen capture tools*.

2. Tahap Kerja Lapangan

Dalam hal ini peneliti mengumpulkan data-data yang diperlukan terkait representasi kepemimpinan politik yang dikonstruksi oleh akun pendukungnya dengan menggunakan metode dokumentasi untuk memperkuat data yang didapatkan dan studi pustaka untuk mengumpulkan data sekunder (berita). Pada tahap kerja lapangan ini peneliti melalui beberapa tahapan hingga data yang didapat siap dipertanggungjawabkan, adapun tahapan-tahapannya yaitu:

a. Tahap analisa data

Tahap analisis data ini dilakukan ketika melakukan pengumpulan data. Data yang didapat dianalisis dengan reduksi data, display data dan *conclusion* / kesimpulan.

b. Menyusun Kerangka Laporan

Hasil penelitian yang telah dianalisis kemudian disusun dalam bentuk laporan. Namun laporan tersebut hanya bersifat sementara karena masih akan dikonsultasikan dengan dosen pembimbing. Dalam konsultasi tersebut kemungkinan masih ada revisi dan kritik serta saran dari dosen pembimbing sehingga hasil penelitian atau laporan masih belum bersifat permanen.

c. Pengumpulan Laporan

Jika laporan penelitian dirasa benar dan layak, maka peneliti mengumpulkan laporan kepada pihak fakultas dan sudah selesai siap dipertanggungjawabkan di depan penguji kemudian digandakan untuk diserahkan kepada pihak terkait.⁵⁵



⁵⁵ Basrowi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT Cipta, 2008), 214.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

Twitter memiliki peran cukup besar dalam membangun citra kepemimpinan calon presiden pada Pilpres 2019. Media ini merupakan salah satu bentuk dari *Social Network Sites* (SNSs) yang berkarakter interaktif, sehingga membuka ruang demokrasi masyarakat warga. Tak heran jika pendukung begitu masif menggunakannya sebagai ruang diskusi dan ‘mempromosikan’ capres dukungannya.

Kandidat yang hanya ada dua pasang menyebabkan perang opini antar pendukung melalui Twitter selama masa kampanye terbuka semakin seru. Betapa tidak, ekspresi-ekspresi politik warga tersebut seringkali menimbulkan ketegangan tersendiri. Ketegangan dalam dunia maya ini bukan merupakan ketegangan antar kelas atau generasi, tetapi lebih bersifat horisontal.

Menariknya, seolah terjadi ikatan batiniyah antar sesama simpatisan. Mereka yang berbeda latar belakang dan daerah asal diikat oleh preferensi politik yang sama, kemudian membuat gerakan-gerakan demi menampilkan sosok kepemimpinan capres dukungannya se-ideal mungkin dengan memunculkan manipulasi-manipulasi realitas menggunakan citra (*image*). Pada saat capres dukungannya ke daerah-daerah untuk kampanye terbuka, misalnya, para pendukung ini dengan cepatnya membuat twit yang memungkinkan capres dukungan memiliki citra baik, seperti dekat dengan rakyat, taat beribadah, dan lain sebagainya. Di sisi lain, mereka juga akan

marah, merasa terhina ketika ada tulisan atau komentar dari kubu lawan, bahkan tak sedikit yang berujung pada pemutusan hubungan pertemanan sampai bentrok fisik.

1. Pendukung Joko Widodo

Beberapa di antara pendukung Jokowi, yaitu @PartaiSocmed (173,4 rb pengikut), @yusuf_dumdum (53,7 rb pengikut), @rianaoyoy (21 rb pengikut), @anam_asyrafal (155 rb pengikut), dan @PakarLogika (52,4 rb pengikut). Lima akun pendukung ini secara konsisten menunjukkan keberpihakannya kepada calon presiden nomor urut 01, Joko Widodo. Sebagai pedoman peneliti untuk melihat sejauh mana fase citra ditampilkan oleh para pendukung melalui pesan-pesannya di Twitter, maka peneliti juga akan memberikan gambaran mengenai biografi capres terkait karir politiknya.

a. Joko Widodo dan Karir Politik: Pengusaha Mebel dengan Rekor 4 Kali Menang Pemilu

Ir. H. Joko Widodo lahir di Surakarta, 21 Juni 1961, dari pasangan Noto Mihardjo dan Sudjiatmi⁵³. Orangtuanya berprofesi

⁵³ Pada tahun 2016 beredar isu di media sosial bahwa Sudjiatmi bukan ibu kandung Jokowi, melainkan wanita Cina Yap Mei Hwa. Selain itu, disebutkan pula bahwa ayah Jokowi pernah menjadi pengawal tokoh PKI D.N. Aidit. Tuduhan tersebut bersumber dari buku “Jokowi Under Cover” yang dikarang Bambang Tri Mulyono. Menanggapi hal ini Badan Intelijen Negara (BIN) langsung melakukan penyelidikan dan hasilnya mereka memastikan bahwa orangtua Jokowi bukan tokoh atau kader PKI, dan Sudjiatmi benar ibu kandungnya. Terbukti bersalah, Bambang Tri Mulyono dijerat dengan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), Undang-Undang No. 40 Tahun 2008 tentang Penghapusan Diskriminasi Ras dan Etnis, serta Pasal 207 KUHP tentang Penghinaan terhadap Penguasa. Hukumannya divonis 3 tahun penjara. Lebih lanjut lihat <https://www.google.com/amp/s/m.merdeka.com/amp/peristiwa/ini-alasan-bambang-tri-bikin-buku-jokowi-undercover.html>; <https://m.detik.com/news/berita/d-3514245/penulis-buku-jokowi-undercover-divonis-3-tahun-penjara>.

sebagai pedagang kayu Solo. Jokowi kecil hidup dalam keluarga sederhana, bahkan mengalami pindah rumah kontrakan karena tempat tinggalnya digusur. Saat masih duduk di sekolah dasar, dia telah menjadi seorang kuli panggul, ojek payung, dan pedagang demi membiayai kebutuhan sekolah serta membantu empat adiknya.

Sebelum terjun ke dunia politik, lelaki yang akrab disapa Jokowi ini mengikuti jejak orangtuanya sebagai pengusaha mebel dengan nama perusahaan Rakabu. Berbekal ilmu yang diperoleh selama kuliah di Fakultas Kehutanan Universitas Gadjah Mada, Jokowi berhasil membangun usahanya hingga memiliki lebih dari lima lokasi pabrik.

Selama menjadi pengusaha sejak tahun 90-an, Jokowi dikenal sebagai sosok pekerja keras. Bapak dengan tiga orang anak ini menerapkan waktu kerja lebih dari orang pada umumnya. Berdasarkan pengakuannya saat wawancara dengan Jawa Pos, kerja keras tersebut dilakukan karena untuk memulai bisnis dia tak memiliki modal kekayaan apapun⁵⁴.

Selain sibuk dengan bisnisnya, Jokowi juga menjabat sebagai ketua Asosiasi Mebel dan Industri Kerajinan (Asmindo) Solo. Di bawah kepemimpinannya industri mebel dan kayu Solo mengalami perkembangan cukup pesat. Salah satu keberhasilannya dalam jangka

⁵⁴ Ari Purnomo, "Kisah Jokowi, Industri Mebel dan Sentra Kerajinan Kayu", <https://www.google.com/amp/s/www.jawapos.com/ekonomi/17/02/2019/kisah-jokowi-industri-mebel-dan-sentra-kerajinan-kayu/%3famp> (10 Juni 2019).

dua tahun kepemimpinan adalah menghadirkan 50 kavling sebagai kawasan industri mebel dan kayu di wilayah Kalijambe Sragen.

Gebrakan-gebrakan Jokowi dalam dunia bisnis yang juga membawa kesejahteraan bagi masyarakat Solo membuat rekan sesama pengusaha mebel serta tokoh masyarakat mendorongnya untuk maju dalam Pilkada Solo tahun 2005. Mereka menginginkan agar Solo dipegang oleh pengusaha, bukan kalangan militer maupun birokrasi seperti pejabat sebelumnya. Hal ini didukung dengan statement M. David R Wijaya yang disampaikan kepada Jawa Pos.

“Tokoh-tokoh masyarakat itu menilai Pak Jokowi sebagai orang yang menonjol, sederhana, enggak ambisi, rendah hati, dan lain sebagainya. Mereka menganggap fitur ini pas untuk kultur Solo.”⁵⁵

Setelah meminta masukan dari para anggota Asmindo, akhirnya Jokowi mencalonkan diri sebagai Walikota Solo dengan partai pengusung PDI Perjuangan dan Partai Kebangkitan Bangsa. Meski tak memiliki pengalaman politik yang cukup Jokowi berhasil keluar sebagai pemenang dan menjadi Walikota Solo, mengalahkan Achmad Purnomo.

Kepemimpinannya sebagai Walikota banyak membawa perubahan besar bagi kota Solo. Langkah-langkah progresif yang dilakukan antara lain, mendeklarasikan Solo sebagai kota budaya dan wisata dengan *branding* “*The Spirit of Java*”, kemudian berhasil

⁵⁵ Ibid

menata ribuan PKL⁵⁶. Jokowi juga dikenal sebagai pemimpin sederhana yang suka ‘blusukan’ yaitu sering berkeliling melihat langsung keadaan kotanya. Hasil kerja yang memuaskan membuatnya berhasil menjadi Walikota Solo untuk kedua kalinya pada pilkada tahun 2010 dengan perolehan suara 90,09%. Pada tahun 2012, Jokowi mulai dikenal dalam lingkup nasional setelah resmi mengganti mobil dinas dengan mobil Esemka, buah karya pelajar SMK 2 dan SMK Warga Surakarta.

Keberhasilan dalam memimpin Solo membuat karir politik Jokowi semakin moncer. Baru memimpin Solo selama 2 tahun, lelaki dengan perawakan kurus ini mencuri perhatian mantan Wakil Presiden Jusuf Kalla. Saat itu, Jokowi diminta untuk maju ke kursi Gubernur DKI Jakarta. Sempat menolak, dia kemudian menerima permintaan tersebut dan diusung oleh Partai PDI Perjuangan serta Gerindra⁵⁷. Tak disangka, Jokowi ternyata berhasil ‘menyihir’ warga Ibu kota dengan gaya bertutur dan sikapnya yang unik. Bersama wakilnya, Basuki Thahaja Purnama atau disapa Ahok, dia terpilih sebagai Gubernur DKI

⁵⁶ Agus Santosa, *The Jokowi Secrets*, (Yogyakarta: Gradien Mediatam, 2014), 8.

⁵⁷ Hashim Djojohadikusumo, pengusaha sekaligus adik dari Prabowo Subianto (Ketua Umum Gerindra), menyatakan bahwa awalnya Megawati Soekarnoputri (Ketua Umum PDI Perjuangan) sempat menolak pencalonan Jokowi, karena partai banteng tersebut berniat mengusung pasangan Fauzi Bowo (Foke) dan Adang Ruchianta. Namun, saat itu Prabowo terus bernegosiasi agar mengusung Jokowi dan Ahok. Hasilnya, Megawati luluh dan menyetujui pasangan tersebut maju dalam Pilgub DKI Jakarta. Selain itu, Hashim mengklaim bahwa 90% dana kampanye berasal dari dirinya dan Partai Gerindra. Padahal, kesepakatan awal biaya itu akan dibagi 50:50 dengan PDI Perjuangan. Lihat lebih lanjut <https://www.google.com/amp/s/amp.katadata.co.id/berita/2019/01/22/hashim-dan-gerindra-klaim-tanggung-90-kampanye-jokowi-di-pilgub-dki>.

Jakarta periode 2012-2017, setelah mengalahkan petahana, Fauzi Bowo di putaran ke dua Pilgub.

Serupa dengan caranya memimpin Solo, Jokowi membuat kebijakan-kebijakan solutif untuk menata kota Jakarta. Beberapa yang cukup fonemal, di antaranya penataan pedagang kaki lima (PKL) serta relokasi 1.020 kepala keluarga (KK) bantaran sungai ke rusunawa, merintis pembangunan MRT, revitalisasi saluran air mikro hingga makro, dan bersih-bersih birokrasi Pemprov DKI Jakarta dari rasuah⁵⁸. Tak lupa, blusukan tetap menjadi cara andalan Jokowi mengenali, memetakan, dan menyelesaikan permasalahan ibu kota. Kendati demikian, sebagaimana pendapat pengamat perkotaan dari Universitas Trisakti, Nirwono Joga, ada sisi minus dalam pemerintahan Jokowi-Ahok, yakni belum rampungnya Rencana Detail Tata Ruang (RDTR) yang dapat menghambat kelanjutan pembangunan dan penataan kawasan kumuh.

Semenjak menjadi Gubernur DKI, pemimpin yang identik dengan kemeja putih lengan panjang itu semakin menjadi perbincangan banyak orang dan sorotan media. Gaya kerjanya yang selalu blusukan ke kampung-kampung telah sukses memikat hati bukan hanya warga Jakarta, tetapi juga rakyat Indonesia di berbagai provinsi. Lagi-lagi, belum genap setahun menjabat, berbagai survei

⁵⁸ Santosa, *The Jokowi Secret*, 9.

capres menjelang Pilpres 2014 menyebut dirinya memiliki elektabilitas cukup tinggi dan layak maju ke RI-1.

Pada awalnya, gubernur peraih penghargaan Bung Hatta Anti-Corruption Award 2010 ini tak pernah berambisi untuk mencalonkan diri sebagai presiden. Namun, takdir berkata lain, Ketua Umum PDI Perjuangan Megawati Soekarno Putri menulis surat perintah harian yang berisi mandat kepada Jokowi untuk maju sebagai calon presiden pada Pemilu 2014.⁵⁹ Akhirnya, pria asli Jawa ini bersedia mengikuti kontestasi elektoral dan dipasangkan dengan Jusuf Kalla. Adapun partai pengusungnya terdiri dari PDI-P, PKB, Nasdem, Hanura, dan PKP Indonesia. Mereka membentuk koalisi dengan nama Koalisi Indonesia Hebat (KIH).

Posisi Jokowi dalam kontestasi Pilpres 2014 tidaklah mudah. Dia harus berhadapan dengan Prabowo Subianto-Hatta Rajasa. Sedikitnya jumlah yang bertarung membuat kontestasi elektoral berlangsung sengit. Masyarakat pun terpecah ke dalam dua kubu: pendukung Jokowi-Jk dan Prabowo-Hatta. Sengitnya pertarungan tidak hanya terlihat dari spanduk, tetapi juga melalui pernyataan-pernyataan yang muncul di media sosial, seperti Twitter dan Facebook.

Selama kampanye resmi yang berlangsung 4 Juni sampai 5 Juli 2014, kubu Jokowi-Jk beberapa kali melaporkan serangan kampanye hitam ke kepolisian. Berbagai fitnah tersebut disebarkan melalui

⁵⁹ Indra Akuntono, "Capreskan Jokowi, Megawati Tulis Tangan Surat Perintah Harian", <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/nasional/read/2014/03/14/1558408/Capreskan.Jokowi.Megawati.Tulis.Tangan.Surat.Perintah.Harian> (10 Juni 2019).

Tabloid Obor Rakyat dan Martabat dengan isu Jokowi sebagai keturunan non-pribumi, non-muslim, antek asing, antek Tionghoa, capres boneka, hingga PDI Perjuangan sebagai sarang komunis. Menyadari hal tersebut, Capres nomor urut 02 itu berusaha menarik kembali dukungan pemilih dengan menggelar kampanye marathon untuk mensosialisasikan sembilan program Nawa Cita, kemudian memberikan penampilan yang memukau di setiap debat capres dan cawapres yang diselenggarakan KPU. Berdasarkan survei *Politica Wave* cara ini berhasil meningkatkan elektabilitas Jokowi.

Singkat cerita, Jokowi memenangkan Pilpres 2014 dengan perolehan sebesar 70.997.85 suara (53%), setelah sebelumnya kedua kubu sempat sama-sama mengklaim kemenangan dirinya. Pihak Prabowo sempat menggugat ke Mahkamah Konstitusi, namun keputusannya pasangan Jokowi-Jk tetap memenangkan Pilpres dan dilantik pada 20 oktober 2014. Berbicara mengenai pemerintahannya selama 5 tahun tentu sangat kompleks. Di antara bentuk kesuksesan yang cukup menonjol antara lain membangun infrastruktur transportasi dan energi, mewujudkan perdamaian dunia dan dialog antar-peradaban, memberantas *illegal fishing*, inflasi stabil, meningkatkan akses pendidikan melalui program KIP, memberantas mafia energi. Sementara kegagalannya, yaitu belum bisa meningkatkan pertumbuhan ekonomi sampai 7%, hutang luar negeri melonjak, belum mampu menyelesaikan kasus pelanggaran HAM masa lalu.

Setelah 4,5 tahun berlalu tibalah kemudian Pilpres 2019. Meski di media sosial ramai twit dengan tagar #2019GantiPresiden, secara survei elektabilitas Jokowi masih tinggi. Dia kembali maju dalam kontestasi elektoral bersama KH. Ma'ruf Amin dengan sembilan partai koalisi pendukung, yakni PDIP, Golkar, PKB, Hanura, NasDem, Perindo, PSI, PPP, dan PKPI. Jokowi kembali dihadapkan dengan rivalnya di Pilpres 2014, Prabowo Subianto.

2. Pendukung Prabowo Subianto

Akun pendukung Prabowo yang dijadikan sampel penelitian adalah: @haidir_setiawan (2,58 rb pengikut), @hidayat_Jamal (2,58 rbu pengikut), @RositFPI (2,214 rb pengikut), @miladi_fahmi (1,86 rb pengikut), dan @refty_wf (20,6 rb pengikut). Sebagaimana capres nomor urut 01, peneliti juga memberikan biografi Prabowo terkait karir politiknya.

a. Prabowo Subianto dan Karir Politik: Panglima Kostrad yang Pantang Menyerah

Prabowo Subianto Djojohadikusumo lahir di Jakarta, 17 Oktober 1951, dari pasangan Soemitro Djojohadikoesoemo dan Dora Marie Sigar. Masa kecilnya banyak dilewatkan di luar negeri bersama orangtuanya yang berprofesi sebagai politikus dan ekonom⁶⁰. Alasan pindah ke luar negeri ini karena sang ayah terlibat dalam

⁶⁰ Sornitro Djojohadikusumo pernah menjabat sebagai Menteri Perindustrian dan Perdagangan Indonesia, kemudian Menteri Keuangan Indonesia era Presiden Soekarno. Selanjutnya di era Presiden Soeharto, dia juga menjadi Menteri Negara Riset Indonesia. Sementara sebagai seorang ekonom, ayah Prabowo ini aktif menulis sebanyak 130 buku masalah ekonomi.

pemberontakan PRRI (Pemerintahan Revolusioner Republik Indonesia) terhadap pemerintahan Presiden Soekarno.

Prabowo menyelesaikan pendidikan menengah di Victoria Institution (Malaysia), Zurich International School (Swiss), dan The American School (Inggris). Kemudian, setelah pemerintahan berganti ke Soeharto, keluarga Prabowo kembali ke Indonesia dan mengenyam pendidikan Akedemi Militer di Magelang. Setelah lulus pada tahun 1974 sebagai letnan dua, Prabowo memulai karirnya di ABRI. Tak tanggung-tanggung, dia masuk satuan elite baret merah, Komando Pasukan Khusus (Kopassus) dengan usia termuda 26 tahun.

Di tahun awal bertugas Prabowo dikirim ke Timor Timur sebagai komandan pleton pada Grup I/Para Komando dalam operasi Tim Nanggala. Kemudian di tahun-tahun berikutnya, karir dibidang militer cukup cemerlang. Beberapa jabatan yang pernah diemban, yaitu wakil komandan Datesemen khusus 81 (1983), wakil komandan Batalyon Infanteri Lintas Udara 328 (1985), kepala staf Brigade Infanteri Lintas Udara 17 (1991), komandan Grup 3/Sandi Yudha (1993), komandan jenderal Kopassus (1995). Puncaknya pada 20 Maret 1998, sang mayor jenderal ini diangkat menjadi Panglima Komando Cadangan Strategis Angkatan Darat (Pangkostrad), sepuluh hari setelah MPR memilih Soeharto untuk periode kelima sebagai presiden. Kemudian, dengan posisinya tersebut, Prabowo membawahi sekitar sebelas ribu

pasukan cadangan ABRI untuk meredam kerusuhan Mei 1998 yang menuntut reformasi.

Jabatan sebagai Pangkostrad ternyata tak berlangsung lama. Mundurnya Soeharto dari kedudukan sebagai presiden juga membuat karir militer Prabowo suram. Selang sehari setelah penguduran diri bapak mertuanya pada 21 Mei 1998, B.J. Habibie selaku pengganti Soeharto memberhentikan Prabowo dari jabatannya,⁶¹ kemudian dipindahkan sebagai komandan Sekolah Staf dan Komando ABRI di Bandung.

Tidak berhenti dengan pemindahan jabatan, pada 14 Juli 1998, Panglima ABRI membentuk Dewan Kehormatan Perwira yang diketuai oleh Jenderal Subagyo Hadi Siswoyo dengan enam orang anggota letnan jenderal. Dewan ini memeriksa Prabowo dengan tujuh butir tuduhan dan mengadilinya dengan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana dan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana Militer. Keputusannya, DKP menyatakan Prabowo bersalah dan diberhentikan dari dinas keprajuritan.

Setelah diberhentikan dari dinas militer, mantan suami Titik Soeharto ini tinggal di Yordania dan beberapa negara Eropa. Diceritakan oleh Fadli Zon dalam akun Twitternya bahwa Prabowo sempat ditawari menjadi wara negara dan penasihat militer Yordania oleh Pangeran Abdullah, namun ditolak. Sampai akhirnya tahun 200

⁶¹ B.J. Habibie, *Detik-Detik yang Menentukan*, (The Habibie Center Mandiri),

an, mantan Pangkostrad ini kembali ke tanah air dan menjadi pengusaha. Lagi-lagi, dalam dunia bisnis dia juga cukup berhasil hingga memiliki dan memimpin 27 perusahaan di Indonesia dan luar negeri.

Sukses sebagai seorang pengusaha, Prabowo mulai membangun karir politiknya dengan mengikuti Konvensi Capres Golkar 2004. Namun, dia kalah suara dengan Wiranto. Selanjutnya di tahun 2006, Prabowo bersama Hashim Djojohadikusumo, Fadli Zon, dan Muchdi Purwoprandjono mendirikan Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra). Dia menjabat sebagai Ketua Dewan Pimpinan Pusat (DPP). Partai tersebut memperoleh 4 juta lebih suara pada Pemilu legislatif dan menempatkan 26 orang wakilnya di DPR RI.

Pada 9 Mei 2008, Partai Gerindra menyatakan keinginannya untuk mencalonkan Prabowo menjadi calon presiden pada Pemilu 2009. Namun, pada akhirnya setelah melewati proses tawar-menawar yang alot, Prabowo bersedia menjadi calon wakil presiden Megawati. Dia menandatangani Perjanjian Batu Tulis yang terdiri dari 6 butir. Pasangan ingin mengambil motto 'Mega-Pro'. Bagaimana hasilnya? Ternyata, berdasarkan perhitungan manual yang dilakukan oleh KPU, pasangan Mega-Pro kalah telak dengan pasangan SBY-Boediono.

Jiwa perjuangan anggota militer tampaknya begitu mendarah daging pada Prabowo. Dia kembali mengajukan diri dalam pertarungan elektoral Pemilu 2014 bersama Hatta Rajasa. Sementara partai

pengusungnya, yaitu Gerindra, PKS, PAN, PPP, PBB, Demokrat, dan Golkar. Koalisi ini diberi nama KMP (Koalisi Merah Putih). Menariknya, rivalnya adalah Joko Widodo-orang yang diusungnya menjadi Gubernur DKI Jakarta. Selain itu, suasana kampanye, terutama yang terjadi di media sosial cukup panas. Lahir berbagai ujaran kebencian dan berita bohong. Sebagian besar adalah menyerang Prabowo sebagai pelanggar HAM, emosional, bukan muslim. Adapula julukan terhadap pendukung Prabowo yang cukup fenomenal, yang diberikan oleh lawannya, yaitu Kampret.

Sayangnya, berdasarkan keputusan KPU, pasangan Prabowo-Hatta sebagai capres dengan nomor urut 01 kalah dengan Jokowi-JK. Pasangan ini memperoleh suara 46,85 persen, sementara lawannya mendapatkan 53,15 persen. Pasangan 01 ini sempat melayangkan gugatan ke Mahkamah Konstitusi (MK), tetapi ditolak.

Selama Jokowi-JK menjabat, Prabowo tetap berada di barisan koalisi. Dia sempat memberikan kritik di antaranya mengenai maraknya kasus korupsi, meningkatnya hutang negara, Indonesia akan bubar di tahun 2030. Selanjutnya, tak pantang menyerah, pada pilpres 2019, Prabowo kembali maju dan bertarung dengan Joko Widodo.

B. Penyajian Data dan Analisis

Penyajian data di bawah ini merupakan hasil dari dokumentasi pesan-pesan pendukung capres melalui Twitter selama kampanye terbuka Pilpres 2019 yang telah direduksi dan diklasifikasi oleh peneliti. Selanjutnya,

dianalisis menggunakan teknik analisis wacana kritis Norman Fairclough dan beberapa teori tertentu. Sementara bentuk penyajiannya berupa topik yang sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan pada fokus penelitian⁶².

1. Representasi Kepemimpinan Politik Capres:

Pada bagian ini disajikan pesan (twit, komentar, foto) yang diproduksi oleh pendukung untuk melihat bagaimana kedua capres ditampilkan dan digambarkan dalam Twitter selama masa kampanye terbuka Pilpres 2019. Setidaknya ada tiga alat pencitraan yang digunakan dalam pesan pendukung, yaitu identitas, karakter, dan kompetensi. Semuanya difungsikan sebagai alat legitimasi citra baik dan buruk kedua capres. Citra baik dikonstruksi oleh akun pendukung, sebaliknya citra buruk dibangun masing-masing kelompok terhadap capres lawan. Pembahasan konstruksi citra di bawah ini akan dimulai sesuai dengan nomor urut capres.

a. Konstruksi Identitas Diri Capres: Etnis, Agama, dan Budaya

Selama masa kampanye terbuka dapat dilihat bahwa identitas etnis, agama, dan budaya menjadi fokus dari pesan-pesan yang dikonstruksi pendukung Jokowi maupun Prabowo melalui Twitter.

Bentuk dari konstruksi identitas etnis capres ini berupa citra Jokowi dan Prabowo sebagai sosok Jawa tulen. Pada kubu pendukung capres 01, ada beberapa cara yang mereka gunakan untuk menampilkannya. *Pertama*, mereka memposting secara lengkap

⁶²Tim Penyusun, Pedoman Penulisan, 76

silsilah keluarga Jokowi, seperti yang salahsatunya dilakukan oleh akun @AdhitamaKin (lihat gambar 4.1).

Gambar 4.1. akun pro 01 menampilkan silsilah keluarga Jokowi



PUPUT @AdhitamaKin · 12 Apr

Silsilah Keluarga Capres. Jokowi (Keturunan Orang Baik) VS Prabowo (Keturunan Pemberontak #2019PilihJokowi #01JokowiLagi #01IndonesiaMaju



Secara tekstual pada tingkat representasi kombinasi anak kalimat, pendukung capres 01 menggunakan kata versus untuk menampilkan bahwa Jokowi sebagai orang keturunan keluarga baik akan melawan Prabowo yang secara garis keturunan terdapat pemberontak di dalamnya. Sebagai lawan, Prabowo diletakkan pada kutub yang bersebrangan dan bertolakbelakang secara trah keluarga. Alasan Jokowi disebut sebagai keturunan orang baik dapat ditemukan pada keterangan disamping bagan, yakni karena capres 01 merupakan orang Jawa tulen-pribumi asli yang beragama Islam.

Selanjutnya, pada tingkat representasi antar kalimat terdapat pernyataan sebab akibat, bahwa Jokowi secara fakta memang merupakan keturunan Jawa. Pernyataan di kalimat pertama ditunjukkan oleh kata “Pribumi asli sejak kakek-nenek moyang

beliau” dan didukung foto yang disertai nama, sedangkan di kalimat kedua “kalau ada orang berkata lain berarti dusta”. Dari sini terlihat bahwa pendukung berusaha memenolak isu (mendekonstruksi) capres 01 merupakan keturunan Cina-PKI. Akun @AdhitamaKin memperlihatkan bahwa Jokowi merupakan keturunan Jawa asli, yakni Noto Mihadjo dan Sujiatmi, bukan anak dari Sulami (keturunan Tionghoa yang juga seorang Gerwani) dan Oey Hong Liong (pengusaha luar negeri berkebangsaan Tionghoa), seperti yang dituduhkan sejak Pilpres 2014 melalui media sosial maupun buku Jokowi *Under Cover*⁶³.

Kemudian secara intertekstualitas, pesan ini sebenarnya digunakan untuk menjawab tantangan dari kubu lawan yang sebelum masa kampanye telah meminta Jokowi untuk berani menunjukkan silsilah keluarga secara jelas dan terbuka. Meskipun pada kenyataannya, upaya memberikan silsilah keluarga tidak membuat kubu lawan menerima. Mereka meminta Jokowi untuk melakukan tes DNA.

Citra Jokowi sebagai sosok Jawa tulen semakin diperkuat melalui kesan kedekatannya dengan Sri Sultan Hamengkubuwana X.

⁶³Laman Tempo.co telah menurunkan laporan dengan judul “Dua Akademikus Menulis Buku Sangkal Jokowi Anak Anggota PKI”. Laporan tersebut berisi hasil penelusuran dua dosen dari perguruan tinggi berbeda yang menulis buku tentang asal-usul Presiden Jokowi. Salah satunya oleh Wawan Mas’udi yang telah melakukan pelacakan sejarah silsilah keluarga mulai dari kakek dan neneknya. Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Gadjah Mada tersebut mendapatkan data bahwa kakek Jokowi dari jalur ayah, Lamidi Wiryomiharjo, merupakan kepala desa di Krajan, Karanganyar, yang menjabat pada tahun 1950-1980. Jabatan tersebut secara otomatis membantah tuduhan bahwa Jokowi merupakan keturunan dari simpatisan PKI, sebab orde baru tidak mungkin membiarkan orang yang tersangkut PKI menjadi kepala desa.

Pada hari pertama kampanye terbuka, Jokowi bersama Megawati bertemu dengan Raja Kesultanan Yogyakarta tersebut. Berdasarkan keterangan Sekretaris jenderal PDIP Hasto Kristiyanto bahwa pertemuan membahas hal-hal strategis mengenai bangsa dan negara. Momen tersebut sontak dijadikan bahan konstruksi citra oleh akun-akun pro Jokowi, salah satunya yang dicuitkan @ndorobbs (lihat gambar 4.2).

Gambar 4.2 akun pro 01 menampilkan pertemuan Jokowi dengan Sultan HB X



Pada tingkat representasi dalam anak kalimat, khususnya kosakata, pendukung capres 01 menonjolkan Gedong Jene (tempat diterimanya Jokowi) sebagai set lokasi penuh makna dan bernilai unggul. Gedong Jene merupakan bangunan berwarna kuning yang berada di area Kedaton (plataran utama dengan tataran hirarki tertinggi di area keraton). Sebelumnya, digunakan sebagai tempat

tinggal pribadi oleh Sultan HB IX. Kemudian, pada masa Sultan HB X difungsikan untuk menerima tamu istimewa keraton.

Selanjutnya, di tingkat kombinasi antar kalimat, pada kalimat pertama menunjukkan perbandingan tempat diterimanya kandidat capres, sedangkan kalimat kedua, @ndorobbs mencoba memantik pengguna akun lainnya dengan menyebutkan bahwa orang Jawa Mataram pasti mengetahui maknanya. Berdasarkan pengamatan peneliti pada komentar-komentar yang ada, mereka bertanya-tanya mengenai makna tersebut, ada pula sebagian yang mengatakan bahwa orang Jawa memang demikian—penuh dengan simbol yang untuk memaknainya harus kembali kepada akar budaya. Selain itu, ada pula akun @heru_raywhite yang memberikan makna terhadap foto yang menyertai cuitan tersebut.

“Pintu terbuka artinya tamu disambut oleh Sultan dengan tangan terbuka. Posisi disebelah kanan artinya derajat tamu ditinggikan oleh sultan.”⁶⁴

Melalui kombinasi antar kalimat (pesan-pesan pendukung Jokowi) di atas dapat disimpulkan bahwa mereka ingin menyatakan bahwa identitas Jokowi sebagai Jawa tulen lebih diakui, karena Sultan Hamengku Buwana X sebagai Raja Jawa memberinya tempat yang istimewa dibandingkan kepada Prabowo dan Sandiaga.

Sama halnya dengan pendukung 01, kubu Prabowo juga tak mau kalah dalam urusan trah keluarga. Seperti yang dilakukan oleh

⁶⁴Twit pada 11 April 2019

akun @haidir_setiawan (lihat gambar 4.3), dia menampilkan garis keturunan Prabowo lebih lengkap lagi, yakni dari garis kerajaan Majapahit dan kerajaan Mataram Islam. Pada tahapan representasi anak kalimat ditingkat kosakata, silsilah dan foto keluarga Prabowo dikategorisasikan sebagai set keberanian sekaligus tantangan untuk pihak lawan. Secara implisit akun pendukung Prabowo ini berusaha melanggengkan narasi bahwa Jokowi merupakan keturunan Cina-PKI dan menyatakan bahwa secara keturunan capres 02 lebih Jawa tulen.

Gambar 4.3 akun pro 02 menampilkan silsilah keluarga Prabowo



Selanjutnya, dua kalimat dari kombinasi akun @haidir_setiawan dan @hidayat_jamal menunjukkan pernyataan saling mendukung bahwa seorang capres harus jelas silsilah keluarganya. Pernyataan di kalimat pertama ditunjukkan dengan “kaya (seperti) capres no 2”, kemudian dipertegas lagi oleh kalimat kedua

yakni “jangan membeli kucing dalam karung”. Penggunaan istilah kucing dalam karung menjadi metafora negatif Jokowi yang saat tweet ini berlangsung pihaknya belum menunjukkan silsilah keluarga di media sosial. Dalam kehidupan sosial politik di Indonesia, membeli kucing dalam karung diasosiasikan saat masyarakat memilih pemimpin yang tidak jelas, sehingga akan menimbulkan kekecewaan pada akhirnya. Dengan begitu, menampilkan silsilah keluarga sebagai bukti keturunan Jawa difungsikan para pendukung untuk meyakinkan bahwa Prabowo capres yang lebih ideal.

Upaya mengkonstruksi citra Jawa tulen tidak berhenti dengan menampilkan trah keluarga. Pendukung Prabowo juga menggunakan kedekatan dengan Sultan Hamengku Buwana. Menariknya, kedua belah pihak pendukung terlihat memperebutkan posisi siapa yang paling “direstui” Sultan Yogyakarta tersebut. Jika pendukung Jokowi membandingkan perbedaan tempat sebagai simbol yang penuh makna, pihak Prabowo membuat berita bahwa capres 01 tidak diterima oleh Sultan HB X, salahsatunya ditweet oleh akun @rustamaji (lihat gambar 4.4).

Gambar 4.4 akun pro 02 menyatakan Prabowo diterima oleh Sultan HB X



Apabila dilihat dari teks di tahap representasi dalam anak kalimat, pendukung capres 02 menggunakan kosakata “kode dari

Sultan” untuk menggambarkan diterimanya Prabowo. Akibatnya, menimbulkan konstruksi realitas bahwa seolah Sultan memilih capres 02 dan seharusnya masyarakat Jogja juga mengikuti.

Secara intertekstualitas, berita ini muncul lantaran memang sebelumnya tidak ada foto yang bisa membuktikan bahwa capres 01 diterima oleh pihak keraton. Namun, berita tersebut kemudian terbantahkan setelah Gusti Kanjeng Ratu Hemas memberikan keterangan yang sebenarnya terkait kedatangan dua capres ke keraton⁶⁵. Menyusul pula foto pertemuan Sultan dan Jokowi yang diunggah para pendukungnya.

Selanjutnya, yang paling gamblang ditampilkan adalah konstruksi citra yang berkaitan dengan identitas agama. Pada pendukung capres 01, identitas Islam Jokowi dikonstruksi dengan cara menampilkan sosok yang taat beribadah. Hal ini dapat dilihat saat capres 01 tersebut sedang melakukan kampanye terbuka di Banten pada 23 Maret 2019. Selang sehari, momen Jokowi yang sedang mengimami sholat sontak dijadikan bahan pembicaraan pendukungnya di Twitter. Bukan tanpa alasan, narasi siapa yang dapat mengimami sholat memang menjadi ‘senjata’ bagi pendukung 01

⁶⁵Saat ditemui oleh wartawan Tempo pada 10 April 2019, permaisuri Raja Keraton, Gusti Kanjeng Ratu Hemas memberikan penjelasan bahwa ke dua capres, Jokowi maupun Prabowo sama-sama diterima dengan baik oleh Sultan. Pertemuan Sultan dengan Jokowi berlangsung di Komplek Keraton Kasultanan Ngayogyakarta Hadiningrat pada 23 Maret 2019. Sedangkan pertemuan bersama Prabowo terjadi di Kantor Gubernur Kepatihan DIY pada 8 April 2019. Mengenai tidak ada foto yang menunjukkan capres 01 bertemu, karena memang sebenarnya pihak Keraton tidak mengizinkan siapapun mempublikasikan foto tersebut, karena pertemuan bersifat tertutup. Sementara soal berbedanya lokasi, Sultan menerima Prabowo di Kantor Gubernur Kepatihan sebab saat itu sedang ada jadwal rapat penting di Kepatihan, lebih lengkap lihat:

untuk menyudutkan kubu lawan. Diantaranya terlihat dalam twit akun @yusuf_dumdum dan @HDPrastt (lihat gambar 4.5).

Gambar 4.5 akun pro 01 menampilkan Jokowi sebagai imam sholat



Pada tingkat representasi antarkalimat, dua kalimat tersebut menunjukkan adanya pernyataan saling mendukung bahwa Jokowi jelas ke-Islamannya dan layak menjadi pemimpin. Pernyataan di kalimat pertama ditunjukkan oleh kata "TGB tak meragukan". Akun ini melibatkan partisipan TGB Zainul Majdi (Ketua Umum Tanfidziyah PBNW) sebagai *legitimate* atas pandangannya. Kemudian, di kalimat kedua sebagai komentar dari akun @HDPrastt

secara eksplisit menunjukkan dirinya sebagai pihak yang mempermasalahkan adanya kesepakatan beberapa ulama memilih Prabowo. Kata “lebih Islam daripada Jokowi” disertai dengan tanda tanya memposisikan capres 02 sebagai sosok yang masih perlu diragukan ke-Islamannya. Berbeda dengan Jokowi karena sudah jelas mampu menjadi imam sholat.

Usaha untuk membangun narasi bahwa capres 02 bukan muslim sejati tampak terus dilakukan oleh kubu pendukung Jokowi. Buktinya, berbarengan dengan viralnya Jokowi sebagai imam sholat, ramai pula pemberitaan Prabowo yang memilih untuk meminum kopi saat adzan berlangsung, salahsatunya ditwit oleh akun @Yusuf_dumdum (lihat gambar 4.6). Momen tersebut terjadi saat capres 02 melakukan kampanye di Manado pada 24 Maret 2019. Kendati belum tentu semua twit berasal dari pendukung Jokowi, tetapi hastag #Adzanbukanpanggilanngopi menjadi *trending topic* nomor 1 di Twiter. Sebagian besar dari twit tersebut menyertakan video berdurasi 2.19 menit yang isinya Prabowo berbicara sebagai berikut:

“Karena adzan sudah berkumandang, saya hentikan dulu orasi. Kita harus menghormati panggilan beribadah. Saya juga bisa beristirahat untuk meminum kopi”

Gambar 4.6 akun pro 01 memperbandingkan sikap dua capres saat terdengar adzan



Shalom @yusuf_dumdum · 26 Mar

Dengar suara Adzan, Prabowo bilang, "Kesempatan saya minum kopi."

Dengar suara Adzan, @jokowi diam dan menyimak tanpa bicara satu katapun.

[#AdzanBukanPanggilanNgopi](#)

Selain dikonstruksikan melalui kesalahan personal, dukungan dari kalangan Nahdhatul Ulama, meski secara kultural tidak sepenuhnya, juga digunakan sebagai alat melegitimasi bahwa Jokowi bagian dari golongan Islam moderat. Cara mereka mengkonstruksi dapat diketahui melalui tweet akun @notbuzzer (lihat gambar 4.7).

Gambar 4.7 akun pro 01 menampilkan Jokowi sebagai golongan Islam moderat



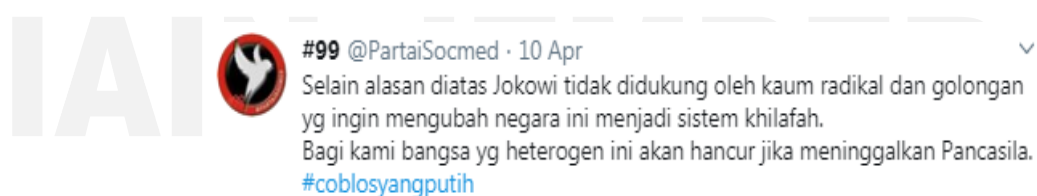
Pada kombinasi anak kalimat, akun ini meletakkan kata “karena”, sehingga dua fakta dapat terhubung sebagai sebab-akibat. Kemudian, dalam rangkaian antarkalimat, akun ini menghubungkan dua pernyataan yang saling mendukung bahwa Jokowi berada dalam golongan Islam moderat. Pernyataan pertama ditunjukkan dengan melibatkan ketokohan Yenny Wahid. Sebagaimana diketahui, dia merupakan keluarga dari pendiri Nahdhatul Ulama. Kemudian semakin diperkuat dengan melibatkan partisipan lain untuk memperpanjang kontras, yakni Said Aqil Siradj sebagai Ketua Umum PBNU dengan kata “radika berada di kubu paslon 02.”

Keberadaan dukungan dua tokoh tersebut seolah secara otomatis membuat Jokowi bebas dari tuduhan anti-Islam dan kriminalisasi

ulama yang selama ini diisukan. Mengingat dalam kondisi sosial, konsep Islam moderat dihadirkan oleh kyai-kyai NU dan digadag-gadang sebagai jalan mewujudkan perdamaian antar golongan di Indonesia yang berbeda-beda.

Konstruksi identitas agama ini kemudian berkelindan dengan identitas budaya capres 01. Adanya dukungan dari kalangan yang mengklaim sebagai Islam moderat ditambah golongan nasionalis semakin memperkuat citra Jokowi sebagai sosok yang akan mempertahankan nilai-nilai ideologi Pancasila. Dapat terlihat jelas dalam postingan-postingan pendukung capres 01, bagaimana mereka menarasikan bahwa Pilpres 2019 ini merupakan kontestasi antara Islam moderat vs radikal sekaligus Pancasila vs Khilafah. Diantaranya seperti pada akun @PartaiSocmed (lihat gambar 4.8). Akun ini meletakkan khilafah pada set tindakan berbahaya bagi Indonesia, khilafah merupakan sistem yang akan menimbulkan kehancuran seperti yang terjadi di Syuriah.

Gambar 4.8 akun pro 01 menarasikan Pilpres 2019 sebagai pertarungan Pancasila Vs Khilafah





#99 @PartaiSocmed - 29 Mar

Buka mata lebar2. Inilah yg terjadi di **Suriah** sana ketika sistem **khilafah** dipaksakan.

Anda mau mewariskan kehancuran pada anak cucu sendiri? JAWABLAH!

#PANCASILAvsKHILAFAH



Tak kalah dengan pendukung 01, untuk menguatkan citra Prabowo terkait agama, para pendukungnya juga selalu menggaungkan bahwa capres 02 tersebut merupakan pilihan ijtima' ulama. Perlu diketahui, istilah ijtima' ulama di sini merupakan acara yang diadakan oleh GNPF (Gerakan Nasional Pengawal Fatwa) dengan mengundang lima partai politik, yakni Partai Gerindra, PKS, PAN, PBB, dan Partai Berkarya. Acara yang diberi nama "Ijtima' Ulama dan Tokoh Nasional" ini berlangsung dua kali. Dalam dunia pesantren tradisional, ijtima' ulama biasanya dikaitkan dengan keputusan dalam ranah fikih (hukum Islam), bukan politik. Pada cabang ilmu fikih, ijtima' merupakan hasil konsesus dari para ahli fikih dan menjadi sumber hukum level ketiga setelah Alquran dan Hadis. Di antara bukti aktivitas konstruksi identitas agama, yakni twit akun @Rositfpi dan @miladi_fahmi (lihat gambar 4.9)

Gambar 4.9 akun pro 02 menampilkan Prabowo sebagai capres pilihan ijtima ulama



Pada twit @miladi_fahmi dapat ditemukan bahwa akun pendukung capres 02 tersebut menempatkan dirinya sebagai orang yang memiliki hubungan relasional dengan ulama, Habib Hanif Al-Athos. Relasi dapat ditunjukkan dari Miladi yang menyatakan bahwa Prabowo merupakan capres pilihan ijtima ulama, sehingga memiliki hubungan pandangan yang sama, yaitu dengan menjadikan pendapat Habib dalam video berdurasi 2 menit 20 detik sebagai alasan menjatuhkan dukungan pada capres 02.

Selanjutnya, twit akun @fositfpi menggunakan kosata “jihad total” untuk menggambarkan alasan memilih Prabowo. Menurut Dr. Sa’d al-Qathani, jihad berarti mencurahkan kemampuan yang dilakukan kaum muslim dalam memerangi orang kafir, yang

menantang dan memerangi Islam, orang yang murtad, atau para pemberontak dalam rangka menegakkan kalimat Allah. Lantas siapa yang diposisikan sebagai orang yang perlu dilawan? Jawabannya tentu rival Prabowo dalam kontestasi Pilpres 2019, yakni Jokowi.

Namun, twit yang situasinya diproduksi menjelang acara “Subuh dan Munajat Akbar untuk kemenangan Prabowo-Sandi” pada 7 April 2019 ini ternyata menimbulkan bumerang. Sebab secara sosiokultural, dukungan dari kelompok-kelompok Islam konservatif tersebut memunculkan tuduhan dari lawan bahwa capres 02 termasuk kelompok radikal yang akan mendirikan khilafah. Sebab dalam tubuh GNPF ada tokoh HTI (Hizbut Tahrir Indonesia) sebagai organisasi yang dibubarkan karena diduga ingin mendirikan sistem khilafah.

b. Menegasikan Citra Diri Jokowi Vs Prabowo

Konstruksi selanjutnya berkaitan dengan karakter capres, dimana antar pendukung saling mempertentangkan citra yang dibangun. Selama masa kampanye terbuka terlihat pendukung Jokowi semakin memperkuat citra dekat dengan rakyat yang memang sejak lama melekat pada capres 01 tersebut. Salah satunya ketika dilaksanakan kampanye di Batam, kepulauan Riau, pendukung sontak memberikan komentar bahwa Jokowi merupakan sosok yang dekat dengan (lihat gambar 4.10).

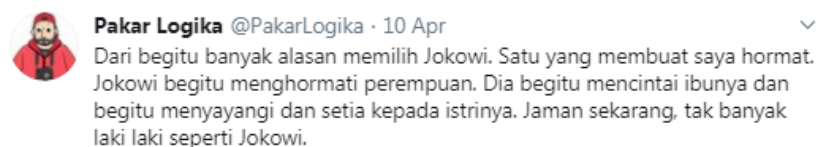
Gambar 4.10 Twit akun pro capres 02 menampilkan citra dekat vs berjarak dengan rakyat



Pada representasi kombinasi anak kalimat, akun ini meletakkan kosakata “dibandingkan” untuk mempertentangkan citra kedua capres. Jokowi dinilai lebih dekat dengan rakyat, sebab saat berkampanye mau berbaur dan bersalaman langsung dengan para pendukung yang hadir. Sementara di sisi lain, dia menyoroiti sikap Prabowo yang dianggap kurang dekat dengan rakyat karena meminta sarung tangan terlebih dahulu saat mau bersalaman.

Citra lain yang juga menonjol dilekatkan pada Jokowi oleh pendukungnya adalah menghormati perempuan, seperti yang dilontarkan akun @PakarLogika. Akun anonim tersebut menyebutkan bahwa penghargaan terhadap perempuan ditunjukkan capres 01 dari perlakuan kepada istri dan ibunya, kemudian dia membandingkan dengan pendukung lawan yang dinarasikan sebagai kelompok berkarakter sebaliknya serta menyematkan sebuah foto.

Gambar 4.11 akun pro 01 menampilkan Jokowi sebagai sosok yang menghargai perempuan





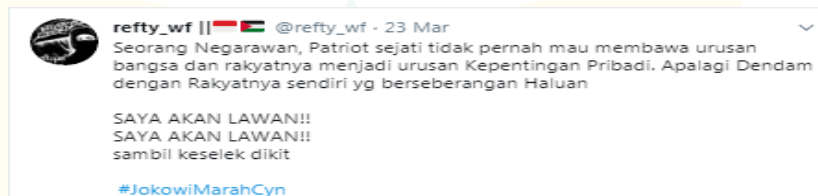
Sementara pada kubu 02, para pendukung juga membangun citra Prabowo sebagai sosok capres yang dicintai perempuan dan dekat dengan rakyat. Hal ini dapat dilihat pada postingan @refty_wf.

Gambar 4.12 akun pro 02 menampilkan kecintaan emak-emak kepada Prabowo



Para pendukung juga mendekonstruksi citra pemaarah yang melekat pada Prabowo di Pilpres 2014 dengan cara mencari kelemahan lawan. Saat itu capres 01 dalam orasi kampanye terbukanya mengeluarkan statement akan melawan setiap pihak yang telah menfitnahnya selama menjadi presiden. Momen tersebut sontak menjadi pembahasan kubu pendukung Prabowo dengan membuat twit

bertagar #Jokowimarahcyn. Salah satu bentuknya dapat dilihat pada akun @refty_wf yang memperbandingkan karakter kedua capres. Kemudian ditanggapi oleh akun @jajanan_rakyat yang semakin memperkuat citra penuh kesabaran pada diri Prabowo karena rela 21 tahun difitnah sebagai pelanggar HAM (pelaku hilangnya aktivis 98).



c. Klaim atas Kemampuan Memimpin

Apabila dibandingkan dengan identitas dan karakter, konstruksi citra dengan menggunakan alat legitimasi berupa kompetensi ini memperoleh porsi lebih sedikit. Selama kampanye terbuka tak banyak yang mem-*blow up* visi-misi sebagai cerminan bahwa capres dukungannya memiliki kompetensi sebagai pemimpin yang ideal. Selaku petahana, pendukung Jokowi tentu menggunakan keberhasilan selama lima tahun pemerintahan untuk mengkonstruksikan citra capres 01 sebagai pemimpin yang bekerja nyata.

Sebagaimana diketahui, bahwa politik yang dijalankan oleh penguasa selalu bertujuan untuk mengamankan kekuasaan yang ada ditangannya. Pengamanan kekuasaan ini diwujudkan dalam bentuk pemapanan dan pengukuhan kekuasaan. Karena itu, setiap elit penguasa selalu terus-menerus melakukan konsolidasi kekuasaan

dalam segala bidang yang bersentuhan dan bergelayut dengan kekuasaannya. Secara halus dan tak kasat mata, bahkan mungkin tak disadari, konsolidasi kekuasaan ini terjadi pada bidang simbol-simbol sekaligus simbolik. Hal ini juga terlihat dalam postingan @PartaiSocmed yang berulang kali menunjukkan keberhasilan Jokowi membangun infrastruktur. Salah satunya adalah kultwit yang menarasikan bahwa peresmian Bandara Tjilik Riwut menjadi alasan deklarasi dukungan masyarakat adat Dayak kepada Jokowi-Ma'ruf. Melalui twit ini ada beberapa bentuk klaim dan dominasi yang dapat ditemukan. Penggunaan tagar #KaltengMintihBajuBaputi (Kalimantan Tengah memilih baju putih) seolah menyatakan bahwa seluruh masyarakat dalam provinsi yang dimaksud memilih capres 01 atas keberhasilannya menjawab masalah yang selama ini menjadi keresahan masyarakat luar Pulau Jawa, yakni pemerataan pembangunan.

Gambar 4.13 akun pro 01 menampilkan Jokowi sukses membangun infrastruktur



Sementara pada pendukung Prabowo, memanfaatkan jabatan capres 02 yang pernah menjadi seorang komandan dalam beberapa

operasi militer. Keberanian capres 02 dikatakan mampu menjadi bekal sebagai presiden yang bertanggung jawab dan tidak lari saat rakyat mengadukan keluhan. Bersamaan dengan itu, dikontraskan pula dengan Jokowi yang pernah tidak menemui para pendemo guru honorer. Tak hanya itu, akun @refty_wf melalui postingannya mengklaim bahwa capres 02 mampu membawa kemakmuran bagi negeri, khususnya para petani. Hal ini dapat dilihat melalui video berdurasi 31 detik yang didalamnya ada seorang petani membentuk padi menjadi sebuah tulisan “Prabowo Sandi 2019” dan lambang dua jari sebagai simbol bagi pendukung capres 02.

Secara situasional, tak heran apabila pendukung menggunakan isu kemakmuran petani, sebab sejak Pilpres 2014 lalu, program andalan Prabowo adalah soal pembangunan ekonomi kerakyatan.

Sejalan dengan pendapat Suart Hall bahwa bahasa digunakan untuk mengkonstruksi makna. Para pendukung capres memilih berbagai kosakata dan mengkombinasikannya dengan foto sebagai simbol-simbol untuk mengungkapkan makna tertentu. Baik ketika mengkonstruksi identitas diri, saling menegasikan citra, maupun mengklaim bahwa capres dukungannya paling ideal.

2. Praktik Kekuasaan di Balik Pesan Pendukung Capres

Pada bagian ini peneliti menggambarkan praktik kekuasaan dalam proses komunikasi dibalik pesan-pesan yang diproduksi oleh para pendukung terkait capres. Dimana praktik tersebut kemudian

memunculkan distorsi komunikasi. Bentuk praktik kekuasaan ini peneliti dapati berjalan melalui mekanisme oposisi biner.

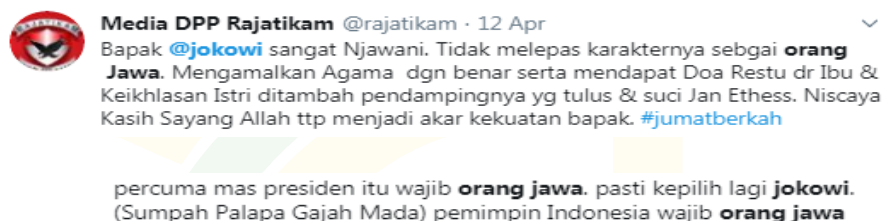
Oposisi biner merupakan distribusi makna berdasarkan berdasarkan kategori pasangan yang sifatnya polaristik dan kaku. Dalam oposisi biner, obyek digeneralisasi sedemikian rupa sehingga obyek tersebut hanya berada pada satu kutub ekstrem, atau kalau tidak obyek itu diposisikan di satu kutub ekstrem seberangnya. Tidak ada pilihan-pilihan tanda, definisi dan bahasa yang beraneka ragam karena hanya diberi pilihan hitam dan putih saja. Bentuk oposisi biner dalam pesan-pesan pendukung capres selama masa kampanye terbuka Pilpres 2019 ini tersirat dari adanya kontestasi capres ideal vs tidak ideal yang dibentuk oleh pendukung itu sendiri, kemudian pada akhirnya membongkar persaingan ideologi yang bekerja di balik teks terkait kepemimpinan politik tersebut. Terdapat dua bentuk praktik kekuasaan yang begitu menonjol selama masa kampanye terbuka Pilpres 2019, yakni dominasi budaya Jawa dan agama Islam.

a. Dominasi Ideologi Budaya

Berdasarkan pengamatan peneliti pada tweet yang diproduksi oleh akun pendukung selama masa kampanye terbuka, kedua kubu memiliki kesamaan dalam menerapkan praktik kekuasaannya, yakni dominasi Jawa sebagai etnis yang unggul dibandingkan lainnya. Hanya saja pembedanya, berdasarkan tweet dari pendukung, peneliti melihat pendukung capres 02 lebih terang-terangan dan ekstrem dalam memosisikan Tionghoa sebagai etnis yang bersebrangan.

Pada kubu pendukung Jokowi, di antaranya dapat diketahui pada beberapa pesan yang ditwit oleh akun @rajatikam (lihat gambar 4.14).

Gambar 4.14 akun pro 01 mengunggulkan etnis Jawa



Pada tingkat representasi kombinasi anak kalimat, khususnya secara kosata, akun ini memasukkan orang Jawa pada set etnis yang nilai-nilainya menjadikan Jokowi kuat dan layak sebagai pemimpin. Sikap Jokowi yang *njawani* merupakan kunci dirinya taat beribadah dan memperoleh dukungan dari keluarga, terutama yang berposisi sebagai perempuan. Selain itu, dapat dilihat dengan jelas bagaimana akun pendukung tersebut menyatakan hanya orang Jawa yang layak, bahkan wajib menjadi pemimpin. Dia melibatkan Sumpah Palapa Patih Gajah Madah sebagai usaha untuk melegitimasi pandangannya. Betapa pernyataan ini memperoleh persetujuan dari sesama pendukung lainnya. Terbukti, twit tersebut di *retwit* sebanyak dan diantara komentar-komentar yang ada tertulis,

“Presiden Indonesia memang sih ya selalu beretnis Jawa. Kalau kata JK, mungkin butuh 100 tahun orang luar jawa jadi Presiden”⁶⁶

⁶⁶ Twit akun @Ndorobbs pada 30 maret 2019

Selanjutnya, mengenai sikap kepada etnis Tionghoa, mereka tak menggeneralisasi, tetapi hanya fokus menyoroti Prabowo yang masih keturunan Cina dan mereka dapati juga mendapat dukungan dari etnis tersebut. Secara intertekstualitas, sikap tersebut dijadikan balasan kepada kubu lawan yang senantiasa mengisukan bahwa Jokowi adalah *keturunan* Cina serta antek asing. Hal ini salahsatunya peneliti peroleh dari kultwit yang dibuat akun @bangzul (lihat gambar 4.15).

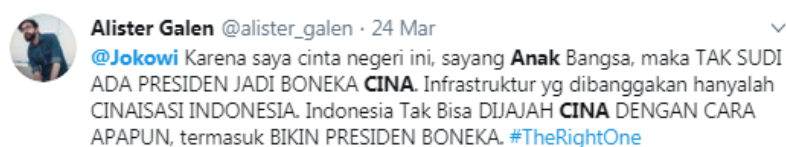
Gambar 4.15 akun pro 01 menampilkan sikap terhadap etnis Cina



Sebagaimana dalam pesan-pesan pendukung capres 01, pada pendukung 02, peneliti juga melihat bagaimana pendukung memposisikan dua etnis ini pada dua kutub berbeda dan berlawanan. Pendukung berulang kali mem*blow-up* bahwa Prabowo merupakan keturunan dari Kerajaan Majapahit dan Kerajaan Mataram Islam. Hal ini tampaknya mengamini apa yang dinyatakan oleh Schierke, Berg, dan Moertono bahwa di era politik sekarang, akan banyak ditemui orang-orang yang menghubungkan dirinya dengan tokoh-tokoh terkuat

dan terkemuka dari suatu dinasti terdahulu (dalam hal ini Raja Jawa).⁶⁷ Tujuannya tentu bukan hanya sebagai bukti adanya garis keturunan, tetapi lebih dari itu adalah hendak mengkooptasi dan menyerap sumber kuasa yang memang sudah diakui. Selanjutnya soal sikap terhadap Cina, mereka menyuarakan gerakan anti-Cina. Salahsatunya seperti yang dilakukan oleh akun @Alister_galen (lihat gambar 4.16).

Gambar 4.16 akun pro 02 menampilkan sikap kepada etnis Cina



Pada tingkat representasi anak kalimat, Cina diletakkan pada set kelompok sosial yang berbahaya bagi Indonesia, karena akan menjadi penjajah bangsa ini. Selanjutnya pada kombinasi antar anak kalimat, akun tersebut menggabungkan dua fakta menjadi sebab-akibat, yakni ketidakmauan memilih Jokowi karena dianggap sebagai boneka Cina. Bahkan infrastruktur sebagai program yang diandalkan pemerintahan Jokowi-Jk dianggap sebagai internalisasi Cina ke Indonesia. Pernyataan tersebut kemudian semakin diperkuat dengan video berdurasi 2 menit yang identitasnya tidak dapat diketahui peneliti karena buruknya visual audio (dari jarak jauh dan buram), sementara isinya sebagai berikut:

“Bangun, bangunkan semua anak-anakmu yang punya hak untuk memilih. Ini bukan main-main lagi. Sebentar lagi kita

⁶⁷ Benedict R. O’C. Anderson, *Kuasa Kata: Jelajah Budaya-Budaya Politik Indonesia*, (Yogyakarta: Matabangsa, 2000), 83.

sudah sampai pada puncaknya. Kita lihat di Kalimantan, Ketapang, Singkawang, apakah Cina semakin banyak atau berkurang? Badannya kecil atau tegap? Hati-hati jangan main-main, kalau kau salah dalam memilih, kau akan dibunuh satu per satu. Ini bukan hoax, kami dari FPI punya datanya. Kami kalau ceramah, dakwah tak pernah asal-asalan, sesuai fakta. Tanggal 17 kalian bangun semua, bersihkan tubuhmu lalu berwudhu dan kumpul di masjid. Siap sholat di masjid? Siap berjamaah? Siap berdzikir bersama? Lalu jika sudah jamnya, datanglah ke TPS. Apa arti TPS? Tusuk Prabowo Sandi. Di Singkawang ini 01 atau 02? Ayo kita survei. Yang tidak berdiri berarti cebong, yang tidak berdiri berarti banteng, yang tidak berdiri berarti komunis.”

Secara situasional, memandang Cina sebagai etnis yang ‘berbahaya’ semakin diperkuat dengan membawa kasus pada tahun 2017 yang cukup membuat gempar masyarakat, yakni kasus penistaan agama oleh Basuki Tjahaja Purnama⁶⁸. Di media sosial, sentimen terhadap Ahok yang seorang Cina semakin memuncak. Betapa apapun yang berkaitan dengan Tionghoa ditempatkan sebagai sesuatu yang tak

⁶⁸ Momen Pilkada Jakarta 2017 merupakan kontestasi elektoral yang mungkin tak bisa dilupakan. Sebab di dalamnya terjadi peristiwa yang mencuri perhatian seluruh rakyat Indonesia, bahkan media-media asing. Hal ini bermula ketika setahun sebelumnya, Ahok melakukan kunjungan kerja ke Kepulauan Seribu. Dalam pidatonya yang direkam dalam bentuk video itu, Ahok meminta agar warga tidak khawatir terhadap kebijakan yang diambil pemerintahannya jika dia tak terpilih kembali dan menyisipkan Surah Al-Maidah ayat 51. Rupanya, kalimat yang disampaikan menuai polemik setelah video tersebut viral di media sosial. MUI menyatakan Ahok yang menyinggung Al-Maidah 51 adalah penistaan agama. Kemudian sejumlah umat Muslim, di antaranya FPI melaporkannya ke polisi. Mereka menggelar demo hingga jilid 2 dan sampai sekarang terkenal dengan Aksi Bela Islam 212. Kasus penistaan agama ini membuat perolehan suara Ahok-Djarot amblas, sehingga Anies-Sandi berhasil memenangkan Pilkada DKI. Selain itu, ISEAS-Yusof Ishak bersama Lembaga Survei Indonesia (LSI) menyurvei 1.620 responden orang dewasa dari 34 Provinsi di Indonesia sebagai sampel dalam riset yang mengajukan pertanyaan apakah sentimen anti-keturunan Cina masih terasa pasca-pilkada? Setelah dianalisis, penelitian mengafirmasi bahwa dinamika sosial-politik selama Pilkada DKI Jakarta 2017 berpengaruh besar terhadap awetnya sentimen anti-keturunan Cina dalam skala nasional. Lebih lanjut lihat [https://www.google.com/amp/s/amp.tirto.id/sentimen-anti-cina-di-indonesia-awet-usai-pilkada-jakarta-cwpg.](https://www.google.com/amp/s/amp.tirto.id/sentimen-anti-cina-di-indonesia-awet-usai-pilkada-jakarta-cwpg;); <https://www.google.com/amp/s/m.merdeka.com/amp/peristiwa/kasus-penistaan-agama-oleh-ahok-hingga-dibui-2-tahun.html>

layak menjadi seorang pemimpin. Bisa dilihat bagaimana kedua saling melemparkan tuduhan sebagai keturunan Tionghoa.

Selanjutnya, secara sosial dominasi kejawaan bukan hal baru yang hanya terjadi di Pilpres 2019. Apabila diruntut, kondisi ini dapat dirasakan jelas pada era orde baru. Presiden Soeharto cukup dikenal sebagai keturunan dari Sultan Hamengku Buwana VIII. Dalam pemerintahannya pun, presiden ke-2 ini menghadirkan tanda-tanda budaya yang menunjukkan bahwa upacara, lambang bahasa yang dipergunakan diturunkan dari budaya Jawa. Bahkan melalui dominasi inilah orde baru menggelarkan hegemoninya sehingga semua dengan sukarela mempelajari dan memahami. Di samping itu, bahasa Indonesia juga turut mengalami proses penjawaan yang telak. Mohtar Pabotinggi menyebutnya sebagai Karmanisasi bahasa Indonesia. Orang tidak diperkenankan menyapa presiden sembarangan, melainkan harus hormat, santun, takzim.⁶⁹

Selain itu soal Jawa vs Cina, hubungan dua etnis ini sejak dahulu memang kurang harmonis. Mulai dari sejarah berdirinya kerajaan Majahit pun sudah terjadi konflik Jawa-Cina, yakni sewaktu Raden Wijaya meruntuhkan Jayakatwang; berlanjut dengan manuver berdarah Belanda pada 1740 dalam Geger Pacinan; penyerbuan Ngawi pada 1825; kerusuhan di Solo dan Kudus pada 1921 dan 1918; gerakan anti-Cina di Tangerang; kerusuhan di Medan yang bercampur dengan

⁶⁹ Darmanto Jatman, *Politik Jawa dan Presiden Perempuan*, (Yogyakarta: PT Tarawang, 1999), 56-59.

tuduhan komunisme pada tahun 1965; peristiwa Mangkuk Merah di Kalimantan Barat pada 1967; hingga tragedi ontran-ontran 14-15 Mei 1998 di Sala menjelang turunnya Presiden Soeharto. Ketika itu, harta milik orang Cina dijarah dan dibakar dengan disertai kekejaman antara lain pelecehan seksual, pembunuhan. Mengerikannya, peristiwa tersebut dianggap sebagai karma oleh masyarakat di Sala, sebab dahulu sewaktu pemberontakan Mas Garendi, orang-orang Cina ikut membakar kraton Kartasura dan menodai para puteri.⁷⁰ Selain itu, sebagaimana yang diajukan Kemasang, bahwa politik *divide et impera* pemerintah Hindia Belanda menjadi bibit kawitnya konflik Jawa-Cina, kemudian akumulasi konflik yang disebabkan karena perbedaan gaya hidup diantara mereka.

b. Dominasi Ideologi Agama

Dominasi selanjutnya yang cukup nampak adalah maraknya isu agama. Tidak dapat dipungkiri, dosis agama memang selalu menguat setiap saat menghadapi kontestasi untuk merebut jabatan-jabatan politik. Sebab semangat emosional merupakan unsur terkuat dalam memperkokoh dukungan. Salah satu unsur terpenting dalam agama adalah keimanan yang dalam bahasa teknisnya merupakan keterlibatan emosi dalam membangun keyakinan pada suatu yang gaib dan Maha Kuasa. Jika unsur emosi ini disentuh, kemungkinan besar akan terbesar

⁷⁰Ibid, 61-63.

dalam satu arus (emosi) yang sama. Maka, politisasi agama menjadi gerakan politik yang sangat efektif.

Pada Pilpres 2019, dua kubu terlihat saling berkontestasi dalam melanggengkan dominasinya terkait ideologi agama. Mekanismenya pun tidak berbeda dengan isu etnis, yakni berjalan melalui mekanisme oposisi biner. Pada kubu Jokowi, identitas sebagai golongan Islam moderat digunakan sebagai alat hegemonisnya terhadap kubu lawan yang dipandang sebagai Islam radikal. Salahsatunya seperti kultwit yang dibuat oleh akun @ayscum (lihat gambar 4.17).

Gambar 4.17 akun pro 01 mengunggulkan Islam moderat



Phg-whg @ayscum · 30 Mar

Pemerintahan **Jokowi** dlm perlindungan WNI diluar negri sangat2 dijamin keamanannya, di Indonesia dgn **islam moderat** yg mayoritas beragama **islam** menjadi identitas bangsa Indonesia, biarpun memiliki prinsip namun ttp menghargai setiap perbedaan.

#02TidakPutih

#DebatAsyikJokowi

Selain alasan diatas Jokowi tidak didukung oleh kaum radikal dan golongan yg ingin mengubah negara ini menjadi sistem khilafah.

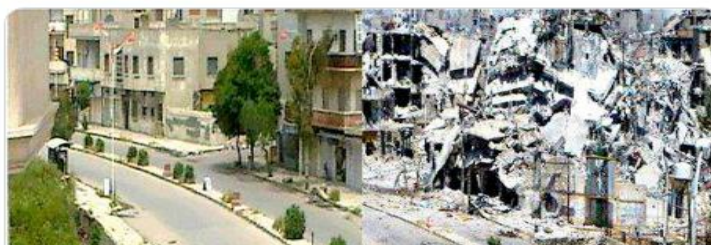
Bagi kami bangsa yg heterogen ini akan hancur jika meninggalkan Pancasila.

#coblosyangputih

Buka mata lebar2. Inilah yg terjadi di **Suriah** sana ketika sistem **khilafah** dipaksakan.

Anda mau mewariskan kehancuran pada anak cucu sendiri? JAWABLAH!

#PANCASILAvsKHLAFAH



Pada mulanya, akun ini menempatkan Islam moderat sebagai set aliran beragama yang menjadi identitas bangsa dan menjadi solusi permasalahan Indonesia. Islam moderat dikonstruksikan mampu

menjadi paham yang membuat masyarakat dapat berdamai meski berbeda prinsip. Selanjutnya, di tahap representasi dalam rangkaian anak kalimat, akun ini memberikan argumen sebagai penjas bahwa ketika Jokowi didukung oleh Islam moderat, berarti dia tidak berada dikalangan Islam radikal. Bagaimana pandangannya mengenai Islam radikal? Dapat dilihat dari bagaimana dia membuat koherensi antara tudingan Prabowo sebagai golongan radikal dengan ancaman bahwa Indonesia akan menjadi seperti Syuriah karena ditegakkannya khilafah.

Secara situasional, selama masa kampanye begitu banyak ancaman konflik yang terjadi di masyarakat akibat perbedaan preferensi politik, bahkan sampai ke akar rumput, yakni ditingkat keluarga. Buktinya dapat dilihat pada curhatan-curhatan netizen di akun di media sosialnya. Seperti, Marthy Fatmawati yang dia dianggap pendosa dan murtad karena berbeda pilihan dengan anggota keluarga. Ada pula kisah Annisa Alrazi yang menyatakan kesedihannya karena sang ibu semakin rasis terhadap salah satu capres dan menuding buruk agama lain, padahal sebelumnya memiliki sifat santun. Bahkan, dua orang di daerah Sampang, Jawa Timur menjadi cekcok dan berujung satu meninggal dunia, setelah sebelumnya saling serang komentar di media sosial karena berbeda pilihan capres. Lebih luas lagi, konflik Suriah yang turut menyumbangkan ketakutan masyarakat Indonesia akan perpecahan dan perang. Menghadapi fakta ini, pendukung 01

hadir dengan narasi bahwa Jokowi sebagai golongan Islam moderat yang mampu menciptakan perdamaian di Indonesia.

Selanjutnya hadir pula tandingan hegemoni dari kubu pendukung capres 02. Narasi yang dibangun adalah capres pilihan ijtima ulama vs capres kriminalisasi ulama. Prabowo ditempatkan pada posisi dekat dengan ulama setelah deklarasi dukungan dari sejumlah tokoh agama, sementara Jokowi diposisikan secara ekstrem di kutub yang berbeda, yakni anti Islam, dzholim, karena dianggap telah mengkriminalisasi ulama. Datanya peneliti peroleh pada akun @miladi_fahmi (lihat gambar 4.18)

Gambar 4.18 akun pro 02 mengunggulkan Prabowo sebagai capres pilihan ijtima ulama



Pada tingkat representasi kombinasi anak kalimat dapat dilihat bagaimana akun ini menghadirkan koherensi antara memilih Prabowo sebagai capres pilihan ijtima ulama dengan mencari riho Allah. Jokowi jelas diposisikan sebagai orang yang dzalim. Secara situasional, hal ini sebenarnya merupakan buntut dari terjadinya beberapa kasus, yakni penetapan Habib Rizieq Shihab selaku Imam Besar FPI sebagai

tersangka kasus pornografi, penetapan Habib Bahar bin Smith sebagai tersangka ujaran kebencian, penetapan Slamet Maarif selaku Ketua Umum PA 212 sebagai tersangka tindak pidana pemilu tentang kampanye di luar jadwal yang ditetapkan KPU.

Secara sistem politik di Indonesia, kyai dan ulama memiliki kekuatan besar dalam menggerakkan masyarakat. Istilah *manut kyai* tentu sudah tidak asing lagi. Sebagaimana dibuktikan oleh studi yang dilakukan oleh Horikoshi bahwa kyai merupakan sumber perubahan sosial, bukan saja pada masyarakat pesantren tapi juga pada masyarakat di sekitarnya. Selain itu, Geertz juga menunjukkan kyai sebagai makelar budaya (*cultural brokers*) yang secara politis dikategorikan sebagai sosok yang mampu menjembatani berbagai kepentingan melalui bahasa yang paling mungkin digunakan. Tak heran jika pendukung O1 dalam melancarkan wacananya sebagai

Setelah mengetahui dua praktik kekuasaan yang paling menonjol terjadi dapat diambil pemahaman bahwa definisi-definisi capres ideal senantiasa mengarah pada wacana-wacana yang dimiliki oleh kelompok dominan, yakni Muslim-Jawa. Lebih dari itu, sebagaimana pandangan Gramsci, bahwa hegemoni tidak dilihat sebagai sebuah alat kekuasaan yang pasif, yang hanya menjadi kendaraan bagi kekuasaan dominan untuk menancapkan dan melanggengkan kekuasaannya. Media sosial memberi ruang tempat berlangsungnya sebuah perang bahasa atau simbol dalam rangka

memperebutkan penerimaan publik atas gagasan-gagasan ideologis yang diperjuangkan. Di dalamnya berlangsung sebuah proses hegemoni dan hegemoni tandingan secara tanpa akhir yang melibatkan totalitas bahasa dan simbol-simbol. Pada konteks Pilpres 2019, dapat dilihat dari bagaimana kubu keduanya saling memperebutkan siapa yang paling Jawa tulen dan Islami.

C. Pembahasan Temuan

1. Kontestasi Representasi Jokowi Vs Prabowo

Selama masa kampanye terbuka Pilpres 2019, Twitter telah bertransformasi menjadi ruang artikulasi pesan-pesan politik dari para pendukung yang saling bekontestasi dalam mengkonstruksi citra capres. Citra dibentuk sedemikian rupa untuk mengkonstruksi sosok kepemimpinan capres yang ideal dari penggunaan identitas, karakter, dan kompetensi. Tak sedikit pula dalam prosesnya melibatkan *hatespeech* dan *hoax*. Setelah melakukan analisis data dengan sudut pandang AWK Norman Fairclough yang memandang sebuah teks tidak hanya menampilkan bagaimana suatu objek digambarkan tetapi juga bagaimana hubungan antarobjek didefinisikan, peneliti menemukan bahwa representasi kepemimpinan politik oleh pendukung melalui pesan-pesan di Twitter merupakan 'iklan politik' yang memosisikan capres layaknya produk dagangan yang sedang dijual kepada khalayak. Para pendukung seideal mungkin menampilkan capres dukungannya melalui alat-alat pencitraan yang sempurna menurut masyarakat, seperti Jokowi dekat

dengan rakyat, Jokowi golongan Islam moderat, Prabowo dicitai emak-emak, Prabowo pilihan ulama.

Setiap kata, kalimat, pemikiran, dan gambaran yang diproduksi oleh pendukung memang merupakan segenap representasi yang mengesankan sebuah hubungan antara dua hal (merepresentasikan). Namun, adanya hubungan antara dua hal tidak secara otomatis memerlukan adanya suatu yang direpresentasikan. Maka dari itu sebagaimana menurut Cavallaro bahwa memahami representasi sebagai sebuah realitas yang ada sebelumnya (*pre-existing reality*) dapat menyesatkan⁷¹. Pada konteks pilpres 2019, misalnya dapat dilihat dari konstruksi identitas yang dilekatkan pada capres terkait Jawa tulen. Ketika kedua kubu saling menunjukkan foto bersama Sultan Hamengku Buwana saat berkunjung ke keraton, itu belum tentu menjadi bukti *kejawenan* mereka dan restu dari Sultan. Sebab Raja Jawa tersebut tidak memberikan pernyataan apa pun terkait dukungan politiknya.

Lantas mengapa semua hal yang dikonstruksi seolah merupakan realitas sesungguhnya, bahkan tak jarang menimbulkan fanatisme dikalangan pendukung, padahal banyak kritik mutakhir mengklaim bahwa sesuatu yang nyata tidak dapat diraih? Kita hanya mengalaminya melalui perantaraan teks, citra, dan cerita. Ketiganya tidak pernah mencerminkan realitas secara jelas dan netral. Pendukung capres 01 tentu memproduksi berbagai citra yang membuat Jokowi semakin terlihat baik, pun demikian

⁷¹Dani Cavallaro, *Critical and Cultural Theory: Teori Kritis dan Teori Budaya*, (Penerbit Niagara)

dengan kubu pendukung capres 02. Sebab tujuan mereka tidak lain adalah meraup suara untuk kekuasaan.

Penjelasan dari Dani Cavallaro mungkin bisa menjadi jawaban dari pertanyaan di atas. Melalui media sosial, para pendukung merepresentasikan kepemimpinan politik capres dukungannya sesuai kode-kode dan konvensi-konvensi tertentu masyarakat. Kode-kode dan konvensi-konvensi di atas tidak selalu digunakan secara sadar, tetapi bisa juga dengan setengah sadar (*semi-consciously*) atau bahkan tidak sadar (*unconsciously*). Sebab kode dan konvensi tersebut mendarah daging dalam tatanan budaya yang telah kita lupakan status bentuknya. Artinya, diambil alih seolah-olah itu merupakan perangkat yang natural dan bukan merupakan produk dari keputusan-keputusan yang sifatnya kultural. Dengan demikian, representasi yang tercipta melalui aplikasi kode dan konvensi merupakan perangkat yang natural dan bukan merupakan produk dari keputusan-keputusan yang sifatnya kultural. Statusnya sebagai konstruksi menjadi terhapuskan. Misalnya saja, dalam sistem sosial Indonesia, berbagai akumulasi konflik antara etnis Jawa dan Cina sejak dahulu membentuk konvensi yang membuatnya keduanya seolah sulit berdampingan dan berada di kutub yang bersebrangan. Akibatnya orang tak lagi peduli meski bisa jadi ada 'kepentingan' yang tersembunyi di balik narasi-narasi kontestasi etnis, diskriminasi Cina tersebut.

Peneliti juga melihat adanya polarisasi representasi capres ideal vs tidak ideal. Representasi capres ideal dikonstruksi oleh bangunan citra-

citra kepemimpinan politik yang dianggap baik oleh masyarakat, sebaliknya capres tidak ideal dibangun dengan citra-citra kepemimpinan yang dianggap buruk oleh masyarakat Indonesia. Selama proses inilah imagologi politik berlangsung dalam diskusi politik para pendukung melalui Twitter. Para pendukung begitu lihai dalam memproduksi imitasi dari suatu realitas yang terdiri dari jua jenis citra, yakni menyerupai yang asli (reproduksi dari awal atau replika dari orisinal) dan tidak sepenuhnya orisinal, tetapi melibatkan elemen-elemen penipuan menyerupai aslinya. Misal, dengan melibatkan istilah-istilah Jawa untuk mengkonstruksi bahwa capres dukungannya sosok Jawa tulen.

Lebih jelas mengenai representasi kepemimpinan politik capres yang diproduksi oleh para pendukungnya melalui Twitter dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 4.1 Representasi Kepemimpinan Politik Capres 2019

Akun Twitter Pendukung Capres 2019	Konstruksi Citra Capres	
	Mengenai Joko Widodo	Mengenai Prabowo Subianto
Pendukung Joko Widodo	<ul style="list-style-type: none"> • Jawa tulen • Muslim moderat • Pancasilais • Dekat dengan rakyat • Menghormati perempuan • Kerja nyata 	<ul style="list-style-type: none"> • Keturunan pemberontak • Golongan Islam radikal (ingin mendirikan khilafah) • Tidak menghargai perempuan

Pendukung Prabowo Subianto	<ul style="list-style-type: none"> • Emosional • Pembohong • Antek asing (Babu Cina) • PKI 	<ul style="list-style-type: none"> • Jawa (keturunan bangsawan) • Muslim (Pilihan ijtima' ulama) • Sabar • Dicintai emak-emak
----------------------------	--	---

Sumber: Hasil analisis teks Twitter yang diproduksi sampel pendukung capres 2019 (24 Maret – 13 April 2019)

Kenyataan bahwa ada imagologi politik dalam mengkonstruksi sosok kepemimpinan capres dianggap oleh peneliti sebagai salah satu elemen yang mengurangi kualitas proses diskusi politik antar pendukung. Sebab di dalamnya terdapat instrumen image untuk memanipulasi fakta, padahal dalam sebuah perdebatan demokratis harusnya berupaya menemukan sebuah realitas sosok pemimpin yang memang mumpuni menjadi presiden selama lima tahun mendatang.

2. Praktik Kekuasaan: Kemenangan Citra dengan Dominasi Budaya dan Agama

Kegiatan berwacana tak pernah lepas dari keinginan berkuasa. Dan hal itu dapat diwujudkan salahsatunya melalui mekanisme oposisi biner. Mekanisme ini digunakan oleh sistem kekuasaan represif dan totaliter untuk menciptakan segmentasi kultural yang kaku. Artinya, dalam konteks Pilpres 2019 yang diteliti ini, kedua belah pihak pendukung capres tidak bisa disebut sedang berdialog secara demokratis, namun sedang mempraktikkan kekuasaan represif untuk memenangkan sebuah pertarungan politik.

Selain itu, kembali pada teori demokrasi deliberatif, maka mekanisme oposisi biner telah menutupi diskusi rasional terutama bersumber dari pelanggaran prosedur kesetaraan (*equality*). Ketidaksetaraan antarkomunikan terlihat dari terbentuknya definisi kebenaran kelompok dominan yang pada akhirnya menutup ruang untuk beragumen kritis. Sebagaimana pada data yang telah disajikan dan dianalisis, bahwa kedua kubu mengkonstruksi capres ideal adalah capres yang beretnis Jawa (etnis yang secara ekonomi dan politik mendominasi masyarakat Indonesia). Sebaliknya, capres ideal dikonstruksikan sebagai capres yang beretnis minoritas, yakni Cina. Padahal, secara historis keturunan Tionghoa ikut terlibat dalam pertempuran melawan Belanda demi terwujudnya kemerdekaan Indonesia. Ini berarti tak seharusnya narasi yang menyudutkan etnis Cina (rasisme) terus dipelihara dalam diskusi-diskusi politik. Selain itu, terlihat pula betapa keduanya semakin menyuburkan pandangan bahwa pemimpin Indonesia yang ideal berasal dari etnis Jawa, sementara diketahui bersama bahwa negeri ini memiliki 1.340 suku bangsa.

Berbicara mengenai rasisme terhadap Cina, Sebenarnya yang perlu dicermati dan dijernihkan adalah diferensiasi antara modal Cina dan etnis Cina. Ketika umat muslim semakin subur menyuarakan anti entnis, termasuk Tionghoa, maka sesungguhnya sudah keluar dari visi perjuangan Islam itu sendiri, yakni menjadi rahmat bagi seluruh alam. Berbeda halnya jika yang ingin diketahui adalah konglomerasi Cina di Indonesia,

utamanya diruntut dari sejarah pembentukan ekonomi politik orde baru. Tujuannya tentu agar masyarakat tahu perbedaan antara modal China dan etnis China, agar tidak terus-menerus memamah propaganda anti Tionghoa di Indonesia. Jadi, Pilpres 2019 ini bukan soal agama atau etnis tertentu. Ini soal siapa memperoleh apa. Ini soal ketimpangan, kemiskinan, ketidakadilan yang tak mengenal etnis dan agama.

Selain berkaitan dengan etnis, pembahasan mengenai identitas agama keduanya juga hanya dominan dengan Islam. Sedikit sekali yang menyentuh agama-agama resmi lainnya (Budha, Hindu, Katolik, Konghucu), bagaimana mereka dapat menjamin bahwa jika capres dukungan mereka terpilih dapat menciptakan kedamaian antar umat beragama.

Selanjutnya, oposisi biner juga turut mendistorsi pesan sedemikian rupa yang mengarahkan penerima pesan untuk mempercayai informasi tanpa perlu memeriksa dan mencari bukti-bukti. Ini artinya tidak terjadi dialog rasional dan argumentatif. Tak heran kemudian jika di masyarakat terjadi fanatisme terhadap salah satu capres, kemudian menyalahkan secara frontal orang yang berbeda pilihan dengannya. Secara gari besar terlihat bahwa Twitter yang seharusnya menjadi media interaktif, justru difungsikan sebagai media monolog.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti tentang representasi kepemimpinan dalam pesan-pesan pendukung capres 2019 melalui media sosial Twitter, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Representasi kepemimpinan politik capres yang diproduksi oleh para pendukungnya melalui Twitter berjalan dengan mekanisme imagologi politik. Berlangsungnya mekanisme ini dapat dilihat ketika para pendukung mengkonstruksi identitas diri capres, saling menegasikan citra, dan mengklaim bahwa capres dukungannya paling layak. Pada Pilpres 2019, calon presiden yang mumpuni atau ideal tidak ditentukan dengan sejauh mana kompetensinya sebagai pemimpin, namun lebih ditentukan oleh simbol-simbol yang dilekatkan kepadanya, yakni Jokowi Jawa-muslim moderat dan Prabowo keturunan ningrat-pilihan ijtima' ulama.
2. Berbagai manipulasi fakta melalui citra juga menyiratkan adanya praktik kekuasaan. Dimana yang paling dominan adalah dengan menghadirkan simbol-simbol etnis dan agama. Praktik kekuasaan tersebut berjalan melalui mekanisme oposisi biner, yang selanjutnya menghasilkan parologisme. Pada pendukung Jokowi, alat hegemoni yang digunakan adalah dukungan dari golongan Islam moderat, kemudian menempatkan kubu lawan di kutub yang bersebrangan, yakni golongan Islam radikal.

Sementara kubu 02 menggunakan alat berupa konstruksi bahwa Prabowo merupakan capres pilihan ijtima ulama, sementara Jokowi capres pengkriminalisasi ulama. Akibat adanya praktik kekuasaan melalui oposisi biner ini, kemenangan diskusi politik di Twitter tentang kepemimpinan politik capres tidak ditentukan oleh diskusi rasional (egaliter, konsensus, komunikasi tanpa dominasi) namun sekedar ditentukan oleh kelihaihan aktor demokrasi (terutama tim sukses) dalam membangun citra (image) kepemimpinan politik capres.

B. Saran

Penelitian yang bertajuk Representasi Kepemimpinan Politik pada Pesan Pendukung Capres Melalui Twitter Selama Kampanye Terbuka Pilpres 2019 ini dapat memberikan kontribusi saran baik bagi *future research* dan sumbangsih pemikiran bagi Fakultas Dakwah.

1. Saran bagi *future reserach*

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini hanya terbatas pada representasi dan praktik kekuasaan di balik teks. Sarannya untuk penelitian yang akan datang dapat melibatkan pelaku secara langsung (wawancara) untuk menyempurnakan cara kerja analisis wacana kritis Norman Fairclough pada tahap praktik diskursif. Tujuannya untuk memperoleh gambaran yang lebih valid lagi mengenai kondisi komunikasi politik yang ada di Indonesia.

2. Sumbangsih Pemikiran bagi Fakultas Dakwah

Penelitian ini sarannya dapat dijadikan wawasan historis bagi mahasiswa Dakwah, utamanya KPI sebelum turut andil berdakwah di media sosial. Peneliti meyakini bahwa sebagaimana seorang dokter yang harus paham benar mengenai gejala penyakit pasiennya, mahasiswa KPI yang nantinya disebut sebagai da'i harus paham kondisi komunikasi politik yang terjadi dalam ruang publik virtual untuk menciptakan komunikasi santun, penuh kedamaian, kendati berbeda preferensi politik.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Anderson, Benedict R. O’C. 2000. *Kuasa Kata: Jelajah Budaya-Budaya Politik Indonesia*. Yogyakarta: Matabangsa.
- Aprinta, Gita. 2011. *Kajian Media Massa : Representasi Girl Power Wanita Moderen Dalam Media Online*. Yogyakarta: LKis.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Bagus , Budi, Cahyono. 2016. *Jurnal Representasi Nasionalisme Drama Serial Patriot di NET TV*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Basrowi. 2018. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Cipta.
- Cavallaroo, Dani. *Critical and Cultural Theory: Teori Kritis dan Teori Budaya*. Yogyakarta: Penerbit Niagara.
- Eriyanto. 2009. *Analisis Wacana : Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKis.
- Evans, Dave. 2018. *Social Media Marketing An Hour A Day*. Canada : Wiley Publishing, Inc.
- Fowler, R 1986. *Linguistic Criticism*. Oxford: Oxford University Press.
- Gramsci, Antonio.1991. *Selection fromm Prison Notebooks*. Lawren & Wishart.
- Hadirman, Budi. 2009. *Demokrasi Deliberatif*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hudjolly. 2015. *Imagologi: Strategi Rekayasa Teks*. Yogyakarta: Ar-ruz Media.
- Jorgensen, Marianne dan Louise Phillips. 2002. *Discourse Analysis as Theory and Method*. Los Angeles: Sage.
- Mc.Quail, Denis. 2010.*Mass Communication Theory, 6th Editio*. London : Sage Publication Ltd.
- Moleong, Lexy J.. 1994. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhtadi, Asep Saeful. 2008. *Komunikasi Politik Indonesia*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Penyusun, Tim. 2015. *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.

Perrin, Andrew. 2016. *Social Media Usage: 2005-2015 65% of Adults Now Use Social Networking Sites-A Nearly Tenfold Jump In The Past Decade*. US : Pew Reseach Center.

Piliang, Yasraf Amir. 2005. *Transpolitika: Dinamika Politik di dalam Era Virtualitas*. Yogyakarta: Jalasutra.

Santosa, Agus. 2014. *The Jokowi Secrets*. Yogyakarta: Gradien Mediatama.

Subiakto, Henry dan Rachma Ida. 2012. *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal

Sosiawan, Edwi Arief dan Rudi Wibiwo. 2015. "Representasi Politik Identitas dalam Kampanye Online Calon Legislatif Partai Politik Peserta Pemilu 2014". *Jurnal Ilmu Komunikasi*:

A.k. , Muhammad 2015. "Representasi Partisipasi Politik Warga dalam Pemilu melalui Video Youtube", Skripsi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta:

Firmansyah ,Mas Agus. 2017. "Kampanye Pilpres 2014 dalam Konstruksi Akun Twitter Pendukung Capres", *The Mesengger*:

Madrah, Muna Yastuti dan Mubarak. 2018. "Netizen dalam Kampanye Pilpres RI 2014", *Jurnal Ilmu Komunikasi*:

Susanto, Eko Harry. 2017. "Media Sosial sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik". Jakarta: Jurnal ASPIKOM:

Hasfi, Nurul. *Representasi Kepemimpinan Calon Presiden*. Yogyakarta: Jurnal Aspikom:

_____. 2015. *Information and Communication Tevhnology, dan Literasi Media Digital*. Yogyakarta: Jurnal ASPIKOM.

Barisione, Mauro. "Valence Image and the Standardisation of Democratic Political Leadership". New York: Sage Journal.

Syamsudin, M. Din. “*Political Stability and Leadership Succession in Indonesia*”.
Contemporary Southeast Asia: 12-23.

Portal Berita Online

Christie Stefanie, “Cebong dan Kampret, Sinisme Dua Kubu Nihil Gagasan”,
m.cnnindonesia.com/nasional/20180709153148-32-312746/cebong-dan-kampret-sinisme-dua-kubu-nihil-gagasan, (5 Maret 2019)

BBC, “Pilpres 2019: Ketegangan Mencemaskan Akibat Perpecahan Pendukung Jokowi dan Prabowo yang harus segera diakhiri”, (5 Maret 2019)

<https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> (5 April 2019).

https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/201810/2018_Edelman_Trust_Barometer_Global_Report_FEB.pdf (5 April 2019).

Ari Purnomo, “Kisah Jokowi, Industri Mebel dan Sentra Kerajinan Kayu”,
<https://www.google.com/amp/s/www.jawapos.com/ekonomi/17/02/2019/kisah-jokowi-industri-mebel-dan-sentra-kerajinan-kayu/%3famp> (10 Juni 2019).

Indra Akuntono, “Capreskan Jokowi, Megawati Tulis Tangan Surat Perintah Harian”,
<https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/nasional/read/2014/03/14/1558408/Capreskan.Jokowi.Megawati.Tulis.Tangan.Surat.Perintah.Harian>
(10 Juni 2019).

IAIN JEMBER

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Jazilatul Hanip

NIM : D20151046

Prodi/ Jurusan : KPI / Manajemen dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah

Institusi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi yang berjudul **Representasi Kepemimpinan Politik (Studi Pesan Pendukung Calon Presiden Melalui Twitter Selama Kampanye Terbuka Pilpres 2019)** ini adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 4 Desember 2019

Saya yang menyatakan



Jazilatul Hanip

NIM: D20151046

Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	FOKUS PENELITIAN	INDIKATOR	METODE PENELITIAN	SUMBER DATA
Representasi Kepemimpinan Politik (Studi Pesan Pendukung Calon Presiden Melalui Twitter Selama Kampanye Terbuka Pilpres 2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Representasi kepemimpinan politik 2. Pesan pendukung capres melalui media sosial 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1 Identitas capres 1.2 Karakter capres 1.3 Kompetensi capres 2.1 Ideologi budaya 2.2 Ideologi agama 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana kepemimpinan politik kedua capres direpresentasikan oleh pendukungnya melalui Twitter? 2. Apa praktik kekuasaan di balik pesan yang direpresentasikan oleh pendukung terkait kepemimpinan politik capres? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <ol style="list-style-type: none"> a. Etnis b. Agama c. Budaya d. Ideal atau tidak ideal e. Prestasi 2. <ol style="list-style-type: none"> a. Teks b. Praktik sosial 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendekatan Penelitian: Kualitatif deskriptif 2. Jenis Penelitian: Studi analisis Kritis Teks 3. Pengumpulan data: <ol style="list-style-type: none"> a. Dokumentas b. Observasi 4. Teknik analisi data: model <i>Interactive Miles dan Huberman</i> 5. Keabsahan data: Uji kredibilitas dan uji dependabilitas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 6 akun Twitter pendukung Jokowi 2. 6 akun Twitter pendukung Prabowo 3. Kepustakaan

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

No	Hari dan Tanggal	Jenis Kegiatan Penelitian
1.	23 Maret 2019	Mencari dan menghimpun data penelitian (twit, kultwit, komentar) 12 akun terpilih selama masa kampanye terbuka Pilpres 2019.
2.	10 April 2019	Menghimpun literatur tambahan dari berita, jurnal, dan buku.
3.	15 Mei 2019	Memilah data yang berkaitan dengan penelitian.
4.	20 Mei 2019	Interpretasi semua data yang diperoleh.
5.	18 September 2019	Menghimpun literatur tambahan yang dibutuhkan.
6.	26 September 2019	Mengklasifikasi data yang diperoleh, sekaligus menyeleksi dan interpretasi data tambahan.
7.	2 Oktober 2019	Memaparkan gambaran objek penelitian dan penyajian data.
8.	9 Oktober 2019	Melakukan analisis terhadap data yang sudah disajikan.
9.	23 Oktober 2019	Membuat pembahasan terkait hasil penelitian berdasarkan kajian teori.
10.		Penyerahan keseluruhan hasil penelitian kepada pembimbing untuk proses koreksi.

Jember, 4 Desember 2019
Peneliti,



Jazilatul Hanip
NIM: D20151046

BIODATA PENULIS



Nama : Jazilatul Hanip
NIM : D20151046
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Tempat, Tanggal Lahir : Tamiang Layang, 18 September 1998
Alamat : Dusun Belimbing, RT 10/ RW 03, Sumberejo,
Sukodono- Lumajang

RIWAYAT PENDIDIKAN :

- ❖ SDN Sumberejo 01 (2009)
- ❖ SMP Islam (SMI) Lumajang (2012)
- ❖ MA Putri Nurul Masyithoh Lumajang (2015)
- ❖ IAIN Jember (2020)

PENGALAMAN ORGANISASI :

- ❖ Bendahara BEM Fakultas Dakwah.
- ❖ Anggota Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII).
- ❖ *Buzzer* Politik.
- ❖ Penulis lepas (*ghost writer*) untuk konten website, blog dan *advertising*.