



KAMPANYE POLITISI DI MEDIA SOSIAL (KAJIAN ANALISIS FRAMING: BAHASA HIPERBOLA PASANGAN CALON GURBERNUR DALAM PILKADA DKI JAKARTA 201

Gerald Andrew Renee

Wiratri Anindhita, S.IP, M.Sc

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta – Indonesia

ABSTRAK

Perkembangan teknologi menjadikan media sosial sebagai sebuah pilihan alat kampanye yang menguntungkan terutama pada tim sukses, relawan, dan partai politik yang mengusung calonnya. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui *framing* paslon Basuki-Djarot di 3 media sosial. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Hasil penelitian ditemukan bahwa pasangan calon Basuki-Djarot menggunakan 3 media sosial yang paling sering digunakan menurut survey APJII tahun 2016, dengan menggunakan teknik *framing* dan Bahasa Hiperbola untuk mengesampingkan kasus penistaan agama yang menjerat Basuki, dan membentuk sosok paslon Basuki-Djarot adalah sosok yang baik.

Kata kunci: Hiperbola, *framing*, Basuki, Pilgub DKI

ABSTRACT

Technological developments make social media a favorable tool for campaign, especially on successful teams, volunteers, and political parties who carry their candidates. The research purposes is to know the framing of pair Basuki-Djarot in 3 social media. The research design used in this research is descriptive qualitative method. Based on the result of the research, the conclusion of this research is the candidate pair of Basuki-Djarot use three social media most used by APJII survey (2016) by using framing technique and Hyperbolic Language to override the case of religious blasphemy that ensnare Basuki so it makes social reality that BasukiDjarot figure is a good couple.

Keywords: Hyperbolic, Framing, Basuki, DKI Election.



PENDAHULUAN



A. Latar Belakang Masalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Negara Indonesia adalah salah satu yang menganut ajaran demokrasi, dimana setiap pemimpin negaranya akan ditentukan beberapa tahun sekali. Hal ini seringkali dinamakan oleh para politisi sebagai Pesta Demokrasi, setiap 5 tahun sekali akan terjadi pemilihan umum dimana setiap warga berhak menggunakan suaranya sebagai hak pilih untuk menentukan siapa pemimpin daerah yang akan mengayomi mereka selama beberapa tahun kedepan.

Pilgub DKI Jakarta 2017 adalah salah satu momen proses mencari pemimpin Jakarta yang punya kemampuan untuk bekerja sebagai pemimpin yang amanah, mencari pemimpin yang berkomitmen untuk menciptakan kemajuan di daerah yang dipimpinnya. Ini adalah salah satu bentuk pesta demokrasi dimana seluruh penduduk Jakarta yang memiliki hak pilih dilibatkan untuk memilih siapa pemimpin yang mereka inginkan.

Menjelang pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Daerah Khusus Ibukota (Pilgub DKI) Jakarta putaran kedua pada 19 April 2017, Media sosial adalah salah satu media yang berperan penting didalam menyampaikan informasi maupun orasi politik para calon kandidat.

Khususnya, media sosial adalah media yang paling banyak diminati masyarakat, sebagai sumber sebuah informasi. Media sosial juga diharapkan mampu memberikan pengaruh yang sangat besar didalam menyampaikan informasi kampanye setiap calon. Media sosial menjadi area konflik kepentingan, mengingat peran media sosial yang begitu kuat dalam mempengaruhi sikap, perilaku khalayak, dan memberikan umpan balik dengan mudah.

Besarnya pengaruh yang diberikan oleh media social ditanggapi baik oleh pasangan BaDja (Basuki Djarot), media sosial memegang peranan penting dalam pilgub DKI Jakarta periode 2017-2022. Calon gubernur ibarat sebuah merek yang ditawarkan kepada masyarakat. Karena itu, sebuah merek produk perlu dikenalkan kepada masyarakat. Mengungkapkan apa kelebihan yang mereka miliki agar tetap teringat di benak masyarakat yang kelak dapat membantu kehidupan mereka kelak.



Perkembangan Teknologi menjadikan media sosial sebagai sebuah pilihan alat kampanye yang menguntungkan terutama pada tim sukses, relawan, dan partai politik yang mengusung calonnya. Uniknya pada pasangan BaDja ini banyak relawan yang tergerak menggunakan fasilitas media sosial sebagai alat kampanye dan menjadi pilar penyokong sehingga mampu menyebarluaskan visi misi calon keberbagai wilayah tidak hanya di DKI Jakarta, namun daerah sekitarnya.

Media sosial banyak digunakan sebagai medium penyampaian pesan komunikasi politik yang sangat diminati. Kampanye Pilkada menyajikan peluang yang sangat baik untuk melakukan penelitian komunikasi yang berkaitan Analisa *framing* mengenai Bahasa hiperbola yang dilakukan oleh tim kampanye calon gubernur. Media sosial sangat penting dalam komunikasi politik, karena media sosial merupakan salah satu jenis media yang ditunjukkan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat, dengan daya jangkau luas dan dalam waktu yang bersamaan

Pasangan BaDja pada masa kampanye putaran kedua ini juga gencar untuk menggalang sebuah pagelaran yang mengajak anak muda untuk berpartisipasi dalam kegiatan mereka, tentunya dengan bahasa yang disukai oleh para anak muda sehingga mereka tergerak untuk berpartisipasi. Pagelaran yang diadakan oleh pasangan ini antara lain seperti, *flashmob* (gerakan massal), video *vox pop*, *live show* interaktif di facebook dan Instagram.

Media sosial dengan kepentingan teknis dan idealismenya memilih dan mengemas dan akhirnya mendistribusikannya kepada khalayak apabila itu penting. Media sosial sendiri tidak memiliki kekuasaan, namun institusi politik selalu berkaitan dengan kekuasaan negara karena adanya kesinambungan dengan pemakaian media. Dalam konteks komunikasi politik, Media sosial dapat dijadikan sebagai medium massa politik sehingga kenyataannya kekuasaan dan pengaruh secara terus menerus di produksi dan didistribusikan kepada masyarakat.

Dalam Analisis *framing* telah dikatakan bahwa media merupakan faktor dalam membingkai dan membentuk suatu realitas. Analisis framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas dibingkai, dikonstruksi,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

dan dimaknai oleh media (Kriyantono,2006:253). Tim sukses pasangan calon BaDja tentu melakukan konstruksi dan pembingkaiian dalam setiap aktivitas dan kegiatan mereka, karena Basuki Tjahaja Purnama ditetapkan sebagai tersangka dugaan penistaan agama oleh Mabes Polri. Polisi menggunakan Pasal 156a KUHP juncto Pasal 28 ayat 2 Undang-undang nomor Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik (UU ITE) untuk menjerat Basuki. Pembingkaiian kegiatan kampanye yang dilakukan oleh BaDja pada putaran kedua ini diharapkan akan menghasilkan opini yang positif dan berbeda di dalam benak masyarakat.

Berdasarkan hal ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap bahasa hiperbola politisi pada kampanye media sosial pasangan calon gubernur Basuki Tjahara Purnama dan Djarot Saiful Hidayat (BaDja) dalam pilgub DKI Jakarta kampanye putaran kedua tahun 2017 dengan menggunakan analisis *framing* Robert N. Entman.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



METODE PENELITIAN



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah aktivitas kampanye Basuki-Djarot dalam media sosial. Alasan peneliti memilih Basuki-Djarot sebagai subjek penelitian adalah, Peneliti menganggap bahwa sosok Basuki-Djarot adalah sosok yang kontroversial di Pemerintahan Indonesia saat ini. Begitu banyak pro-kontra yang terjadi dikarenakan sosok Basuki adalah sosok minoritas dan beragama Kristen, sehingga mayoritas Muslim di Jakarta terkesan lebih menginginkan pemimpin yang baru, seiman dan lebih santun.

Penelitian ini menggunakan metode *framing* maka dari itu pengambilan foto publikasi sangat diperlukan untuk menjadi bahan analisis peneliti. Dengan adanya tim kampanye dan media sosial maka pengambilan foto menjadi semakin mudah, peneliti tidak memerlukan banyak waktu untuk mengambil gambar dimulai dari 15 februari hingga 19 april 2017.

B. Desain Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan desain penelitian dengan pendekatan kualitatif, dengan kajian analisis *framing*. Pendekatan kualitatif dianggap lebih relevan karena bertujuan untuk menggali dan memahami pengalaman serta pendapat oleh subjek penelitian. Menurut Sugiyono (2011:79), metode kualitatif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai suatu objek, suatu set kondisi pada masa sekarang serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Menurut Muri Yusuf dalam buku Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan (2016:329) bahwa, “penelitian kualitatif merupakan suatu strategi *inquiry* yang menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, maupun deskripsi tentang suatu fenomena; focus dan multimetode,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

bersifat alami dan holistic; mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara narratif.”

C. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti mengumpulkan data dengan dua cara, teknik yang pertama digunakan peneliti dalam mengumpulkan data. Pada penelitian ini adalah teknik dokumentasi dan teknik yang kedua adalah Observasi.

1. Dokumentasi

Menurut Muri Yusuf (2016:391), Dokumentasi merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlalu. Dokumen tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa atau kejadian dalam situasi sosial yang sesuai dan terkait dengan focus penelitian adalah sumber informasi yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif. Dokumen itu dapat berupa bentuk teks tertulis, *artefacts*, gambar, maupun foto. Dokumen tertulis dapat pula berupa sejarah kehidupan.

Menurut Arikunto (2006:158), dokumentasi adalah mencari dan mengumpulkan data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, *report*, agenda dan sebagainya. Dalam penelitian ini data yang akan didokumentasikan adalah kumpulan berita yang diunggah oleh tim kampanye paslon no.2 periode 15 februari 2017 hingga 19 April 2017. Data tersebut menjadi data sekunder dalam penelitian ini.

2. Observasi

Menurut Marshall dalam Sugiyono (2016:64) bahwa melalui observasi. Peneliti belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang





diperoleh melalui observasi. Data itu dikumpulkan dan sering dengan bantuan berbagai alat yang sangat canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil ataupun sangat jauh dapat diobservasi dengan jelas.

Observasi yang peneliti lakukan adalah observasi partisipatif pasif dimana peneliti datang di tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut. Tempat yang peneliti datangi dan amati adalah media sosial kampanye dilakukan yaitu facebook, twitter dan Instagram.

D. Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dimana data diperoleh dari hasil *framing* yang dilakukan oleh peneliti dapat dianalisa untuk mendapat gambaran yang lebih lengkap dalam pembahasan. Miles dan Huberman (Dalam Sugiyono, 2014:91), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus hingga tuntas, sehingga datanya sudah jenuh atau tidak ada lagi informasi baru yang didapat oleh peneliti setelah digunakan teknik-teknik pengumpulan data yang berbeda.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2014: 92-99) terdiri dari tiga langkah kegiatan yang terjadi bersamaan yaitu reduksidata, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Aktivitas yang terjadi dalam analisis data antara lain:

1. Reduksi data

Peneliti yang melakukan penelitian di lapangan dalam waktu lama akan mendapatkan data dalam jumlah banyak. Data dalam jumlah banyak tersebut perlu untuk dicatat secara teliti dan rinci kemudian dilakukan analisis data



melalui reduksi. Reduksi data merupakan suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan yang berasal dari lapangan.

Menurut Ratna (2010:310) bahwa “Reduksi bukan dalam pengertian mengurangi kualitas, sebaliknya bertujuan untuk meningkatkannya sehingga kompilasi data yang semula seolah-olah belum teratur dapat disusun kembali ke dalam bentuk yang baru.”

Menurut Sugiyono (2014:92), mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya, dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, serta mencarinya bila diperlukan.

Menurut Basrowi (2008:209), reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian dan pentransformasian data kasar dari lapangan. Proses ini berlangsung selama penelitian dilakukan, dari awal sampai akhir penelitian..

2. Penyajian data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa saja dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Menurut Basrowi (2008:209), tujuan dilakukan penyajian data dengan berbagai bentuk seperti itu memudahkan membaca dan menarik kesimpulan. Oleh karena itu sajiannya harus tertatata secara aoiik, karena penyajian data merupakan bagian dari analisis bahkan mencakup reduksi data.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut Miles & Huberman (dalam Sugiyono, 2014:95) yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Jika kita sudah menyajikan data, maka akan mempermudah untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3. Menarik Kesimpulan

Langkah terakhir dalam analisis data adalah menarik kesimpulan atau verifikasi. Menurut Sugiyono (2012:438) kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Sugiyono (2014:438) memberikan kesimpulan bahwa dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti yang telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif sifatnya sementara dan dapat berkembang setelah peneliti berada di lapangan.

Menurut Basrowi (2008:210), penarikan kesimpulan hanyalah sebagian dari suatu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan juga diverifikasi saat penelitian berlangsung. Makna yang muncul dari data harus selalu diuji kebenaran dan kesesuaiannya sehingga validitasnya terjamin.



HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN



1. Analisis Framing dan Pembahasan Media Sosial Facebook Dengan Metode Robert Entman.

Pasangan timses cagub-cawagub nomor urut 2 Basuki Tjahaja Purnama dan Djarot Saiful hidayat sering mempublikasikan kegiatan cagub-cawagub selama masa kampanye berlangsung. Masing-masing publikasi ditandai dengan *caption* sebagai tulisan utama, disusul dengan foto kegiatan yang berlangsung. Publikasi yang dilakukan tim paslon 2 selama masa kampanye berlangsung lebih memfokuskan kepada generasi muda dan perubahan-perubahan yang terjadi di Jakarta selama cagub dan cawagub menjabat. Publikasi facebook menggambarkan bahwa banyak anak muda yang mendukung visi dan misi paslon, namun disisi lain ada beberapa publikasi yang mengedepankan blusukan bahwa rakyat senang dikunjungi oleh basuki-djarot.

Problem identification pada media sosial facebook mereka *framing* dengan adanya kampanye putaran kedua dimana tim paslon berupaya dengan sangat keras untuk membuat sosok Basuki yang dituding sebagai penista agama menjadi sosok yang baik, dengan menggunakan dukungan dari para remaja dan generasi muda.

Diagnose Causes adalah hasil perhitungan suara pada pemilu putaran pertama tidak mencapai hasil 50% + 1 sehingga terjadilah kampanye putaran kedua. Hal ini juga mereka katakan dalam publikasi mereka dengan memaparkan tagar “#JakartaPunyaSemua” dan mengatakan bahwa tagar tersebut adalah semangat putaran pertama yang dibawa ke putaran kedua.

Moral Judgment yang mereka *framing* adalah cagub Basuki-Djarot adalah calon yang memperhatikan warga yang tidak mampu dan hidup berkesushsan. paslon 2 lebih mengedepankan visi, misi dan apa yang sudah dikerjakan selama paslon 2 menjabat yang lebih mengedepankan mereka yang tidak mampu seperti Jakarta Creative Hub akan memberikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBIKK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



bantuan pembinaan dan permodalan dari pemprov DKI. Hal ini juga didukung bahwa mereka yang tidak sanggup untuk pergi berobat, biaya sepenuhnya akan ditanggung oleh pemerintah.

Treatment Recommendation dilihat dari paslon 2 adalah mensosialisasikan warga untuk datang ke TPS dan memberikan hak suara mereka. Paslon 2 ingin membuktikan bahwa pasangan calon ini benar benar mendukung semua aktivitas di Jakarta, baik kegiatan keagamaan, usaha wiraswasta, kesehatan dan sebagainya selama tidak melanggar dan menyalahi aturan. Selama masa kampanye putaran kedua ini mereka terus-menerus mengulang dan mengedepankan keberagaman dalam publikasi facebook mereka.

Publikasi paslon 2 di media sosial facebook secara tegas menggambarkan aktivitas kampanye pasangan basuki-djarot karena facebook sendiri menyediakan berbagai macam fasilitas seperti mengunggah video, gambar, dan jumlah huruf yang disediakan lebih banyak dari media sosial lain seperti instagram dan twitter. Publikasi yang dilakukan oleh timses paslon 2 ingin menggiring pengikut mereka, baik pendukung atau pembenci di facebook bahwa sosok Basuki-Djarot adalah sosok yang bersahabat dan memperhatikan rakyat bawah.

Tudingan bahwa sosok Basuki sebagai penista agama islam pun sebenarnya tidak benar, karena pak Basuki sendiri pernah memberangkatkan marbot-marbot masjid untuk pergi umroh, selain itu pak Basuki juga yang mendirikan masjid di balaikota untuk umat muslim. Peneliti mendapatkan banyak penonjolan yang dilakukan timses paslon2 untuk menjadikan Basuki-Djarot adalah sosok yang dicintai rakyatnya baik yang tua maupun yang muda.

2. Analisis Framing dan Pembahasan Media Twitter Dengan Metode Robert N.Entman.

Publikasi yang dilakukan oleh paslon 2 melalui twitter tidak berbeda jauh dengan media sosial facebook, hanya saja yang membedakan antara facebook dan twitter adalah media sosial twitter ini lebih difokuskan kepada debat pilkada DKI baik yang dilakukan oleh Metro Tv di acara “Mata Najwa” dan debat resmi yang dilaksanakan oleh KPU DKI di seluruh Tv nasional dan bahasa yang digunakan cenderung lebih kepada anak muda.



Problem Identification pada publikasi twitter dapat dilihat pada fokusnya paslon 2 di debat pilkada mata najwa pada tanggal 27 maret dan debat resmi KPU pada tanggal 12 April 2017. Adu argumen dalam pilkada memang tidak bisa ditetapkan siapa yang lebih unggul visi & misinya karena tiap paslon memiliki pemahamannya masing-masing. Contohnya adalah paslon 2 yang ingin meneruskan pembangunan pulau Reklamasi, sedangkan paslon lain tidak menyetujui ide tersebut.

Diagnose Causes lebih menonjolkan visi dan misi mereka melalui debat pilkada baik di acara Mata Najwa, maupun debat resmi KPU DKI. Dalam debat akan terjadi pertentangan antara pasangan yang satu dengan yang lain, rakyat yang melihat harus dapat menilai pasangan mana yang paling baik bagi mereka dan kota Jakarta yang akan dipimpin oleh pasangan calon tersebut.

Pada bagian *Moral Judgment* di media sosial twitter tim paslon memakai setiap senjata utama yang selalu diandalkan oleh politisi, yaitu berfokus kepada mereka yang tidak mampu dan mengharapkan bantuan dari pemerintahan. Tidak salah apabila paslon 2 memang menjurus kepada rakyat bawah. Uniknya, paslon ini berusaha untuk mengedukasi mereka agar kelak tidak terus bergantung kepada pemerintah dan dapat hidup layak.

Treatment Recommendation yang disampaikan oleh paslon 2 melalui twitter secara tidak langsung ingin meyakinkan para pengikut mereka untuk berpikiran bahwa pasangan basuki-djarot adalah pasangan yang tepat sebagai solusi segala permasalahan di kota Jakarta.

Paslon 2 ingin meyakinkan kepada masyarakat bahwa mereka menjadi gubernur dan wakil gubernur semata-mata bukan sebagai pemimpin, tetapi sebagai pelayan warga jakarta. Sehingga stigma yang selama ini tertanam di benak masyarakat Jakarta dapat berubah. Publikasi paslon 2 di media sosial twitter berfokus kepada debat kampanye pasangan basuki-djarot karena seperti yang kita ketahui bahwa pesan yang terdapat di twitter memiliki keterbatasan sehingga yang disampaikan oleh paslon 2 hanya berupa intisari dan poin penting. Meskipun saat ini twitter dapat mengunggah video sebagai kelebihanannya saat ini, twitter sendiri masih memiliki kekurangan atas keterbatasan pemilihan kata sehingga terdapat banyak



penyingkatan pada beberapa tweet yang dipublikasikan oleh paslon 2. Bahasa hiperbola pada media sosial twitter tidak begitu nampak terlihat, tetapi ada beberapa kata yang diberikan dengan huruf besar sebagai penekanan sehingga peneliti sendiri menganggap hal tersebut terlalu berlebihan dalam sebuah *tweet*. Penekanan tersebut ditunjukkan sebagai inti kalimat.

Gaya bahasa yang dilakukan oleh paslon 2 sendiri sering terdapat pengulangan kata bahwa Jakarta adalah beragam. Tentu saja kota jakarta adalah kota yang memiliki keberagaman karena merupakan ibukota dan pusat perekonomian, sehingga banyak sekali orang dari luar Jakarta yang datang untuk mengadu nasib mereka dan mencari kesejahteraan untuk keluarganya.

3. Analisis Framing dan Pembahasan Media Instagram Dengan Metode Robert N.Entman.

Media sosial Instagram yang digunakan paslon 2 terhubung dengan publikasi mereka di facebook dan twitter, hanya saja instagram ini difokuskan kepada acara “Ahok Show” dan “Kepoin Pelayan Jakarta”. Instagram difungsikan oleh timses paslon 2 ini lebih mengarah kepada acara-acara live berlangsung, seperti kegiatan blusukan pak Basuki dan pak Djarot. Karena pada masa kampanye putaran kedua ini pak Basuki lebih terkesan menggunakan kampanye senyap dimana tidak mengundang awak media sama sekali, hanya tim sukses nya saja.

Media Sosial Instagram, meskipun *caption* yang dipakai sama seperti Twitter tetapi instagram ini digunakan oleh tim paslon sebagai pengingat dan penyuluhan kepada warga untuk menjadi pemilih tetap, serta *repost* agar terjadi hubungan antara tim kampanye dan warga sendiri. *Define Problems* sendiri dapat dilihat dari beberapa publikasi yang dilakukan yaitu berupa pencegahan, hal ini mengungkapkan ada beberapa kasus yang ingin dicegah. Antara lain ingin memastikan bahwa pendukung BaDja terdaftar sebagai pemilih tetap untuk pemilu putaran kedua agar hak suaranya tidak disalahgunakan oleh pihak tertentu.

Diagnose Causes nya adalah banyaknya suara yang tidak dapat disumbangkan oleh warga jakarta kepada paslon 2 pada putaran pertama, ini merupakan salah satu indikasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kecurangan yang dilakukan ketika pemilu, dimana banyak warga yang disulitkan dalam menyumbangkan suaranya. Karena menurut catatan dari tim paslon terdapat 6.352 aduan masyarakat yang tidak dapat menggunakan hak suaranya tertanggal 13 maret 2017.

Moral Judgment di media sosial Instagram digambarkan bahwa masyarakat sering kali melupakan hal-hal yang sederhana ataupun sepele. Sehingga tim paslon mengingatkan secara terus-menerus kepada masyarakat sebagai *Treatment Recommendation*.

Publikasi paslon 2 di media sosial instagram berfokus kepada video-video dan *repostapp*, tetapi karena video tersebut sama seperti video yang dipublikasikan di facebook dan instagram, peneliti mengambil benang merah bahwa media sosial instagram ini lebih dilakukan kepada acara interaktif “Kepoin Pelayan Jakarta”, “Ahok Show”, Lomba, penyuluhan dan tindakan pencegahan penyalah gunaan suara pada putaran kedua pilkada DKI.

Bahasa hiperbola pada media sosial Instagram juga tidak begitu terlihat, beberapa kata yang diberikan dengan huruf besar sebagai penekanan sama seperti media social twitter dan beberapa simbol-simbol seperti *emoticon* yang ingin menunjukkan keakraban kepada pengikut mereka di instagram.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENUTUP

Kesimpulan

Paslon 2 alias Basuki-Djarot atau akrab yang disapa dengan BaDja menggunakan 3 media sosial sebagai salah satu alat kampanye mereka dimana media sosial Facebook digunakan oleh tim paslon sebagai media yang menggambarkan situasi kampanye yang dilakukan selama masa kampanye, di lain hal media sosial Twitter digunakan tidak hanya mengkampanyekan kegiatan tetapi juga inti dari acara Debat baik yang diselenggarakan di acara “Mata Najwa” maupun debat resmi yang diselenggarakan KPU. Di sisi lain media sosial Instagram digunakan tim paslon sebagai penyuluhan dan publikasi yang berinteraksi dengan pendukung mereka seperti video, unggah foto, *repostapp* agar terjadi komunikasi 2 arah, meskipun di Facebook dan Twitter juga dilakukan penyuluhan agar masyarakat bisa menggunakan hak suara mereka.

Gaya Bahasa hiperbola yang terdapat di sosial media paslon 2 ini pun dapat terlihat dalam berpolitik Basuki-Djarot dalam kegiatannya menyisipkan Bahasa-bahasa hiperbola untuk mengambil hati para pendukungnya. Poin penting yang nampak mengenai hiperbola ini sendiri ada di publikasi mereka, baik *quotes* dari paslon sendiri ataupun mengenai testimoni-testimoni yang mengatakan bahwa kota Jakarta akan kembali ke masa-masa buruk sebelumnya tanpa sosok Basuki-Djarot. Karena, hanya dari pasangan calon inilah dianggap pendukung mereka kota Jakarta banyak mengalami perubahan kearah yang lebih baik.

Saran

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi para partai politik dan tim relawan agar dapat memperhatikan kampanye politik gelap yang dilakukan oleh pihak tertentu dan melaporkannya kepada pihak yang berwenang, tidak hanya tinggal diam. Tim paslon juga alangkah baiknya memperhatikan apakah kampanye yang dilakukan sudah efektif atau belum, karena paslon Basuki-Djarot lebih terlihat menggunakan media sosial sebagai alat kampanye mereka, sedangkan sasaran yang dituju adalah orang menengah kebawah. Karena tidak semua orang menengah kebawah

Gerald Andrew Renee, 085694757444, email: geraldandrew95@gmail.com



memiliki media sosial dan kuota internet yang cukup untuk mengakses semua media sosial yang digunakan tim paslon. Sehingga kampanye yang dilakukan terasa kurang efektif, hal ini harus diperhatikan oleh tim partai politik dan tim relawan dalam berkampanye untuk calon selanjutnya.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Baswori dan Suwandi (2008), *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Creswell W. John. (2013), *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Eriyanto (2015), *Analisis Framing, Konstruksi Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Gunawan, Imam (2014), *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Kerif, Gorys (1981), *Diksi dan Gaya Bahasa*. Flores: Nusa Indah.
- Kriyantono, Rachmat (2009), *Teknik Praktis, Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Laughey, Dan (2009), *Media Studies: Theories and Approaches*, Harpenden: Kamera Books.
- Moleong, Lexy J, (2016), *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Muri Yusuf (2016), *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Narullah, Rulli (2016), *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rachmat, Jalaluddin dan Idi S. Ibrahim (2016), *Metode Penelitian Komunikasi*, Edisi Revisi, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Suparno (1997), *Filsafat Konstruktivisme dalam Pendidikan*, Yogyakarta: Kanisius.
- Sugiyono (2014), *Memahami Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- _____, (2016), *Memahami Penelitian Kualitatif*, Cetakan Kesepuluh, Bandung: Alfabeta.



Ratna, Nyoman Kutha (2010), *Metodologi Penelitian: Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.

Tarigan, Henry Guntur (1985), *Berbicara sebagai suatu ketrampilan berbahasa*, Bandung: Angkasa.

Sumber dari internet:

AhokDjarot, 2017, diakses pada 18 februari 2017, <https://ahokdjarot.id/visi-misi/>

BBC Indonesia, 2017, diakses pada 2 Mei 2017, <http://www.bbc.com/indonesia/indonesia-39372353/>

Biografi Tokoh, 2012, diakses pada 28 Maret 2017, <http://bio.or.id/biografi-ahok-basuki-tjahaja-purnama/>

Detik.com, 2017, diakses pada 2 Mei 2017, <https://news.detik.com/berita/d-3438563/ini-jadwal-tahapan-pilgub-dki-jakarta-putaran-kedua/>

Kajian Teori, 2013, diakses pada 20 Maret 2017, <http://www.kajianteorit.com/2015/12/jenis-majas-dan-contoh-majas.html/>

Kompas, 2017, diakses pada 2 Juli 2017, <http://megapolitan.kompas.com/read/2017/04/20/06045361/perbandingan.quick.count.dan.real.count.pilkada.dki.jakarta.2017/>

Profil Merdeka, 2016, diakses pada 28 Maret 2017, <https://profil.merdeka.com/indonesia/d/djarot-saiyid-hidayat/>

SeON Indonesia, 2017, diakses pada 2 Mei 2017, <https://www.seon.co.id/pengertian-media-sosial-facebook-twitter-google-youtube-instagram/>



Skripsi/Tesis/Disertasi :

Rizal, Muhammad (2015), Skripsi: *Analisis Framing pemberitaan politik capres dan cawapres di media*

sosial pada akun detik.com, Universitas Mulawarman.

Suprobo, Fari (2015), Skripsi: *Analisis Framing Media Online Dalam Pemberitaan Profil dan*

Kebijakan Menteri Susi Pudjiastuti, Universitas Kristen Satya Wacana.

Tridona, Bobby (2016), Skripsi: *Analisis Framing Pemberitaan Konflik Gubernur DKI Jakarta dan*

DPRD DKI Jakarta di Media Online (Kompas.com dan Detik.com periode 27 february-10

Desember 2015), Universitas Lampung.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.