



BAB I

PENDAHULUAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Latar Belakang Masalah

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.

Kenyataannya dalam Pilgub DKI kali ini tidak hanya masyarakat Jakarta saja yang terlibat, ajang pesta demokrasi ini telah menjadi pertarungan hebat ideologi nasionalis *versus* religius, ajang pertarungan antar koalisi partai-partai besar, menyita banyak perhatian masyarakat lokal, nasional, dan bahkan mencapai media internasional.

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

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.



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 Djaro), 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.

Informasi yang layak diberitakan dalam media massa kemudian disajikan dalam media sosial, pemberitaan media sosial pada era ini menjadi ujung tombak dan menjadi andalan bagi para tim sukses kampanye calon gubernur karena khalayak bisa dengan cepat memperoleh informasi berbagai peristiwa dan kejadian. Berita yang disajikan dalam media sosial dapat dengan mudah disebarluaskan oleh masyarakat karena adanya tombol “bagikan” berita yang disajikan di media sosial/internet dan bentuk pelaporannya pun cukup bervariasi.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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.



kampanye dan menjadi pilar penyokong sehingga mampu menyebarluaskan visi misi calon keberbagai wilayah tidak hanya di DKI Jakarta, namun daerah sekitarnya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Banyak desas-desus dan informasi yang tersebar dalam pengusungan calon gubernur dan wakilnya, hingga akhirnya ditetapkan lah 3 pasangan calon yang diusung oleh beberapa partai yang berkoalisi merapatkan barisan. Ketiga pasangan calon tersebut adalah yang mendapat urutan nomor pertama dipimpin oleh Agus Harimurti Yudhoyono dan Sylviana Murni sebagai calon Gubernur dari Partai Demokrat, Partai Persatuan Pembangunan (PPP), Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), dan Partai Amanat Nasional (PAN).

Pasangan nomor urut kedua adalah pasangan Basuki Tjahaja Purnama dan Djarot Saiful Hidayat yang diusung oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), Partai Golongan Karya (Golkar), Partai Nasional Demokrat (NasDem), dan Partai Hati Nurani Rakyat (Hanura), dan terakhir dari pasangan nomor urut ketiga adalah Anies Baswedan dan Sandiaga Salahuddin Uno sebagai calon dari Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra), Partai Keadilan Sejahtera (PKS).

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Ketiga kandidat tersebut menjadi perdebatan yang menjadi perbincangan bibir dan media terutama di-mata masyarakat DKI Jakarta.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Melihat kandidat cagub DKI tersebut, ketiganya bukanlah kader dari partai yang mengusungnya. Awal mula hampir semua partai melakukan mekanisme penyaringan calon gubernur dengan mengundang atau membuka pendaftaran bagi mereka yang ingin diusung oleh partai mereka. Partai-partai politik masih merasa mendapatkan kekuatan dalam menentukan pemimpin di negeri ini dan tidak bisa dibandingkan oleh kekuatan non partai.

Hasil pemilihan calon gubernur dan wakilnya ternyata tidak ada yang melebihi 50 + 1 (%) jumlah suara yang melakukan partisipasi politik berupa pencoblosan di Tempat Pemilihan Suara (TPS) sehingga dari ketiga pasangan calon terpilihlah dua kandidat yang mencapai suara terbesar, yaitu Pasangan Basuki Tjahaja Purnama – Djarot Saiful Hidayat dan Anies Baswedan – Sandiaga Salahuddin Uno. Kedua pasangan ini berhak maju ke putaran kedua pilgub DKI yang tertanggal pada 19 April 2017. Bagi masyarakat, pilgub DKI Jakarta merupakan penentuan pemerintahan untuk 5 tahun mendatang. Melalui media sejumlah pertemuan dengan masyarakat kerap dimanfaatkan sebagai momentum untuk mensosialisasikan pasangan BaDja (Basuki – Djarot).

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.

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.



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, dan dimaknai oleh media (Kriyantono,2006:253). Tim sukses pasangan calon BaDja tentu melakukan konstruksi dan pembingkai 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 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik (UU ITE) untuk menjerat Basuki. Pembingkai 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.

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

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



B. Rumusan Masalah

- C** Kegiatan kampanye politik di media sosial seringkali menjadi salah satu cara yang menarik bagi pasangan calon BaDja untuk dilakukan pada masa kampanye, terbukti dari setiap kegiatan mereka selalu menggunggahnya kedalam sosial media. Peneliti ingin melihat bagaimana bahasa hiperbola politisi yang digunakan oleh pasangan calon ini dibentuk dengan melihat fenomena *framing* yang disusun dalam setiap kegiatan kampanye mereka. Berdasarkan hal ini, peneliti merumuskan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

Bagaimana bahasa hiperbola politisi pasangan calon gubernur BaDja dalam kampanye media sosial Pilgub DKI Jakarta 2017 putaran kedua?

C. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti mengidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana paslon Basuki-Djarot melakukan *framing* di 3 media sosial dalam menentukan masalah yang ada selama masa kampanye pilgub DKI 2017 putaran kedua?
2. Bagaimana paslon Basuki-Djarot melakukan *framing* di 3 media sosial dalam menentukan apa yang menjadi penyebab masalah selama masa kampanye pilgub DKI 2017 putaran kedua?
3. Bagaimana paslon Basuki-Djarot melakukan *framing* di 3 media sosial dalam menentukan nilai moral selama masa kampanye pilgub DKI 2017 putaran kedua?

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



4. Bagaimana paslon Basuki-Djarot melakukan *framing* di 3 media sosial dalam menentukan solusi atas penyebab masalah selama masa kampanye pilgub DKI 2017 putaran kedua?

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *framing* paslon Basuki-Djarot di 3 media sosial dalam menentukan masalah yang ada selama masa kampanye pilgub DKI 2017 putaran kedua?
2. Untuk mengetahui *framing* paslon Basuki-Djarot di 3 media sosial dalam menentukan apa yang menjadi penyebab masalah selama masa kampanye pilgub DKI 2017 putaran kedua?
3. Untuk mengetahui *framing* paslon Basuki-Djarot di 3 media sosial dalam menentukan nilai moral selama masa kampanye pilgub DKI 2017 putaran kedua?
4. Untuk mengetahui *framing* paslon Basuki-Djarot di 3 media sosial dalam menentukan solusi atas penyebab masalah selama masa kampanye pilgub DKI 2017 putaran kedua?

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.



E. Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian tersebut diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis.

- a. Sebagai pemberi kontribusi, memperluas, dan memperkaya pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi. Serta berguna bagi perkembangan khususnya bidang komunikasi pemasaran dalam berpolitik di media social.
- b. Memberikan informasi dan referensi khususnya bagi para mahasiswa/I ilmu komunikasi yang melakukan penelitian sejenis.
- c. Memberikan masukan dan dapat dijadikan sebagai acuan bagi para praktisi jurnalis ataupun penggiat media sosial untuk dapat melihat dan mengidentifikasikan *frame* pada setiap pemberitaan ataupun publikasi yang dilakukan baik oleh media, ataupun tim kampanye/pemasar.

2. Manfaat Praktis

- a. Membentuk kesadaran khalayak untuk memahami gaya bahasa hiperbola yang digunakan dalam kegiatan berpolitik.
- b. Membentuk kesadaran pengguna media sosial untuk tidak terperangkap oleh berita-berita palsu.
- c. Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan informasi dan sumbangan pemikiran untuk subjek penelitian, khususnya mengenai analisa *framing* dalam kampanye politik di media sosial.

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

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