



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Landasan Teori

##### 1. Analisis *Framing* Robert N. Entman

Dalam Eriyanto (2015:220) Konsep *Framing* oleh Entman digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. *Framing* dapat dipandang sebagai penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga isu tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada isu yang lain.

Entman melihat *framing* dalam dua dimensi besar: seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas/isu. Penonjolan adalah proses membuat informasi menjadi lebih bermakna, lebih menarik, berarti, atau lebih diingat oleh khalayak. Realitas yang disajikan secara menonjol atau mencolok mempunyai kemungkinan lebih besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas.

*Framing* dijalankan oleh media dengan menyeleksi isu tertentu dan mengabaikan isu yang lain; dan menonjolkan aspek dari isu tersebut dengan menggunakan berbagai strategi wacana penempatan yang mencolok (headline), pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang/persitiwa yang diberitakan, asosiasi terhadap simbol budaya, generalisasi, simplifikasi, dan lain-lain.

*Framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menseleksi isu dan menulis

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan hendak dibawa kemana berita tersebut. Dalam konsepsi Entman, framing pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan. Entman membentuk konsepsi *framing* digambarkan secara luas bagaimana peristiwa dimaknai dan ditandakan oleh wartawan sebagai berikut:

**Tabel 2.1**

**Konsepsi *framing* Entman (Eriyanto,2015:203)**

<i>Define Problems</i> (Pendefinisian Masalah)	Bagaimana suatu peristiwa/isu dilihat? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa?
<i>Diagnose Causes</i> (Memperkirakan masalah atau sumber masalah)	Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa (aktor) yang dianggap sebagai penyebab masalah
<i>Make Moral Judgment</i> (Membuat keputusan moral)	Nilai moral apa yang diasikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan?
<i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan Penyelesaian)	Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah/isu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah?

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.

## 2. Teori Konstruksi Sosial

Dalam Eriyanto (2015:15) Analisis *framing* termasuk kedalam pandangan konstruksionis, Dalam Teori Konstruksi Realitas Sosial diperkenalkan oleh sosiolog interpretative, Peter L. Berger Bersama Thomas Luckman yang mengatakan manusia merupakan instrument yang menciptakan realitas yang objektif melalui proses eksternalisasi (usaha pencurahan atau ekspresi diri



manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik). Berger melihat masyarakat sebagai produk manusia dan manusia sebagai produk masyarakat. Baik manusia maupun masyarakat saling berdialektika diantara keduanya.

Setelah proses eksternalisasi akan terjadi tahap kedua yaitu objektivasi, yaitu hasil yang telah dicapai, baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. Lewat proses objektivasi ini, masyarakat menjadi suatu realitas *sui generis*. Hasil dari eksternalisasi kebudayaan itu misalnya, manusia menciptakan alat demi kemudahan hidupnya, atau kebudayaan non-materiil dalam bentuk bahasa. Baik alat tadi maupun bahasa adalah kegiatan eksternalisasi manusia ketika berhadapan dengan dunua, ia adalah hasil dari kegiatan manusia. Setelah dihasilkan, baik benda maupun bahasa sebagai produk eksternalisasi tersebut menjadi realitas yang objektif.

Manusia juga mempengaruhi realitas sosial yang subjektif melalui proses internalisasi (penyerapan kembali dunia objektif kedalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial). Proses internalisasi lebih merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial.

Internalisasi itu diantaranya berwujud dalam sosialisasi sebagaimana satu generasi menyampaikan nilai-nilai budaya yang ada pada generasi berikut, Generasi berikut diajar untuk hidup sesuai dengan nilai budaya yang mewarnai struktur masyarakatnya. Generasi baru ini dibentuk oleh makna-makna yang sudah diobjektivasi, mengidentifikasi diri dengannya. Tetapi tidak memilikinya dengan sekadar mengenalnya, ia juga mengungkapkannya. Dengan

**C Hak cipta milik IBI KKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



demikian manusia dan masyarakat (komponen dari realitas sosial) saling membentuk. Menurut teori ini masyarakat bukanlah produk akhir, tetapi sebagai yang terbentuk.

Menurut teori ini pemahaman seseorang akan sesuatu dipengaruhi oleh pengalamannya, lingkungan sekitarnya. Misalnya di Indonesia seorang anak kecil yang dibiasakan untuk menggunakan tangan kanannya untuk melakukan berbagai hal karena orang tuanya mengatakan apabila menggunakan tangan kiri maka dianggap tidak sopan. Ketika dewasa apabila ia bertemu orang yang bersalaman dengan menggunakan tangan kiri maka dianggap tidak sopan.

Contoh lain dalam teori ini misalnya di negara Indonesia apabila memakan dengan mengecap (berisik saat mengunyah) dianggap tidak sopan, tetapi di negara Jepang makan dengan mengecap maka restoran tersebut dianggap menyediakan makanan yang lezat dan menghormati sang koki. Hal ini adalah hasil dari produk realitas sosial yang dibentuk dan kemudian akan menjadi kebudayaan sebagai hasil dari masyarakat.

Menurut Suparno (1997:24) asal usul konstruksi sosial berasal dari filsafat konstruktivisme yang dimulai dari gagasan-gagasan kognitif. Menurut Von Glaserfold (dalam Suparno,1997), pengertian konstruksi kognitif muncul dalam tulisan Mak Baldwin yang secara luas diperdalam dan disebar oleh Jean Pidget. Antara realitas dan pengetahuan kaitannya sangat erat, yaitu *body of knowledge* yang diproses terus menerus dalam masyarakat sampai dianggap sebagai realitas. Hubungan-hubungan antara suatu gejala yang riil dan dilihat sebagai pengetahuan tidak bisa dianggap sama oleh suatu masyarakat tetapi realitas harus dilihat dalam suatu konteks tertentu.

**C Hak cipta milik IBI KKG (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.



Realitas harus dipahami berbeda dengan pengetahuan. Pengetahuan juga fakta dan fenomena riil yang memiliki karakteristik-karakteristik yang spesifik, merupakan kepastian bahwa gejala-gejala tersebut riil dengan karakteristik tertentu. Persepsi yang berbeda terhadap dunia riil yang ada, sebagai suatu realitas dianggap sama dengan pengetahuan tetapi realitas bukan pengetahuan. Pengetahuan itu riil, tapi yang riil untuk seseorang belum tentu riil untuk yang lain.

Berger dan Luckman (1966) menulis risalah teoritis mengenai konstruksionisme yang terkenal dengan judul *The Social Construction on Reality* atau pembentukan realitas secara sosial. Suatu karya Bersama yang sesungguhnya telah dijelaskan pada karya Berger tahun 1963 terhadulu, yaitu *Invitation to Sociology* menurut Berger dan Luckman, realitas adalah suatu kualitas yang terdapat dalam gejala fenomena-fenomena yang diakui oleh manusia yang memiliki keberadaan (*being*) dan tidak tergantung pada manusia itu sendiri.

Manusia menciptakan realitas sosial dari berbagai informasi yang didapat secara terus menerus, kemudian diproses berdasarkan faktor-faktor internal (subjektif) dan faktor-faktor eksternal (objektif). Suatu realitas didefinisikan sebagai “Sosial” dan disebut “realitas sosial” karena hanya dapat terbentuk dari interaksi sosial yang dilakukan manusia. Realitas merupakan sesuatu yang kurang konkrit, yang terbentuk bukan sekedar penjumlahan dari hal-hal yang faktual. Realitas adalah suatu persektif tentang hal-hal yang faktual. Realitas adalah suatu persektif tentang hal-hal yang faktual digabungkan dengan kesadaran manusia untuk memahami suatu gejala tertentu. Faktual berasal dari kata “*facere*” artinya

**Hak cipta milik IBI KKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



membuat atau berbuat sesuatu. Faktual berarti semua hasil perbuatan atau buatan manusia yang dibuat sebagai sarana penguji kebenaran.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Berger berpandangan bahwa realitas sosial secara objektif memang ada sebagaimana yang telah dikemukakan oleh Durkheim dan para ilmuwan yang menganut perpektif fungsionalisme. Menurut Durkheim, gejala sosial merupakan fakta yang nyata (rill) dan mempengaruhi kesadaran serta perilaku manusia sebagai individu, yang memiliki eksistensi yang independen pada tingkat sosial. Akan tetapi maknanya berasal dari dan oleh hubungan subjektif dengan dunia objektif, suatu perspektif yang dianut oleh Mead dan pengikut interaksionisme simbolis, terutama Blumer.

Dengan demikian pembentukan realitas sosial model Berger sesungguhnya merupakan sintesa antara struktualisme dan interaksionisme. Dengan kata lain, Berger dalam karya-karyanya berusaha menjembatani antara makro dan mikro, antara bebas nilai dan saran nilai, serta antara teoritis dan relevan.

Menurut Hanna Adoni dan Sherrill Mane dalam tulisannya berjudul *Media and the Social Construction of Reality: Toward and Integration of Theory and Research* (1984), mengemukakan macam realitas sosial yaitu, Pertama, Realitas Sosial Objektif (RSO) yaitu yang dialami sebagai dunia objektif yang nyata dan terdapat di luar diri individu dan berhadapan dengan fakta yang dimiliki oleh individu tersebut, seperti nilai-nilai RSO dipertahankan oleh seseorang karena dianggap realitas itu istimewa dan berkepentingan (pro-kontra) dengan dirinya. Orang tersebut tidak memerlukan klarifikasi mengenai kenyataan yang ada di balik realitas tersebut, misalnya agama dan Tuhan.

Kedua, Realitas Sosial Subjektif (RSS) merupakan kondisi RSO berperan sebagai masukan dalam pembentukan RSS individu. Dalam terminology bisa

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.



dikatakan bahwa dunia objektif dan segala perwalian simbolisnya berganung dalam diri individu. Tapi karena kita berhadapan dengan proses dialektikal, maka RSS menjadi dasar tindakan sosial individu. Inilah yang mempertahankan RSO. Ketiga, Realitas Sosial Simbolik yaitu sesuatu yang berisis semua bentuk ekspresi simbolik dari realitas objektif, misalnya seni, literature, isi media, dll.

Menurut kaum etnometodologis seperti Garfinkel, dunia sosial itu eksis hanya sejauh para aktor yang membiarkannya eksis. Sedangkan bagi Berger, realitas sosial eksis dengan sendirinya. Pandangan struktualis, dunia sosial yang tergantung pada manusia yang menjadi subjeknya. Disini Berger menegaskan bahwa realitas kehidupan sehari-hari memiliki dimensi subyektif dan obyektif. Manusia merupakan instrument dalam menciptakan realitas sosial yang objektif melalui proses “eksternalisasi”, sebagaimana ia dipenuhi melalui proses “internalisasi”. Dalam mode dialektis, terjadi tesa, antitesa, dan sintesa. Berger melihat masyarakat sebagai produk manusia dan manusia sebagai produk masyarakat.

Ketiga konsep teoritis diatas menjadi komponen yang saling bergerak secara dialektis. Berger dan Luckman menggunakan ketiga istilah tersebut untuk menggambarkan hubungan timbal balik antara masyarakat dan individu. “Eksternalisasi” menunjuk pada kegiatan kreatif manusia. “Objektivikasi” menunjuk pada proses sebagai hasil-hasil aktivitas kreatif yang mengkonfrontasi individu sebagai kenyataan objektif. “Internalisasi” menunjuk pada proses dimana kenyataan eksternal itu menjadi bagian dari kesadaran subjektif individu.

Berger sependapat dengan Durkheim dalam melihat struktur sosial objektif memiliki karakter sendiri, akan tetapi awalnya merupakan proses eksternalisasi atau interaksi manusia dalam struktur yang sudah ada. Eksternalisasi ini

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



kemudian melanda dan memperluas pelebagaan aturan sosial, sehingga struktur merupakan suatu proses yang kontinu, bukan sebagai suatu penyelesaian yang tuntas. Sebaliknya, realitas objektif yang terbentuk melalui eksternalisasi tersebut kembali membentuk manusia dalam masyarakat.

Inti teori dialektika dalam pembentukan kenyataan sosial, bahwa kenyataan sosial terbentuk melalui tindakan dan interaksi manusia menciptakan kenyataan yang dimiliki bersama dan yang dialami secara faktual objektif serta penuh arti secara subjektif. Pembentukan kenyataan sosial merupakan proses dialektika dalam hal manusia bertindak sebagai pencipta sekaligus sebagai produk dari kehidupan sosialnya. Kemampuan khusus manusia untuk mengeksternalisasikan dan mengobjektifikasikan makna-makna subjektif, pengalaman-pegalaman, dan tindakan-tindakan kedalam dirinya, merupakan penyebab timbulnya proses dialektika tersebut.

Proses Dialektika sendiri dapat dilihat pada Gambar 2.1 di halaman selanjutnya.

**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**

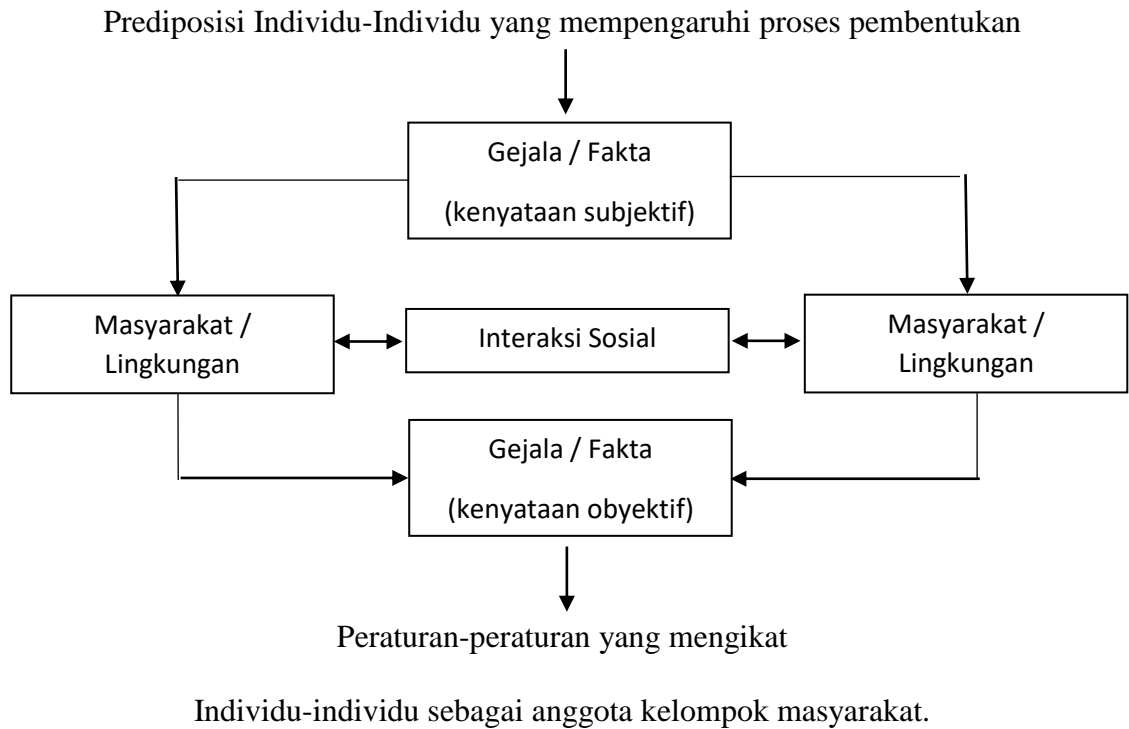
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



Gambar 2.1

Proses Dialektika

(Diadopsi dari Berger dan Luckman,1966)



Proses dialektika berangkat dari kenyataan hidup sehari-hari yang diyakini sebagai pengetahuan yang membimbing perilaku individu dalam kehidupannya seperti nilai-nilai, norma-norma yang kemudian dianggap sebagai pengetahuan yang membimbing seseorang dalam tindak-tanduknya. Dasar pengetahuan dalam kehidupan sehari-hari adalah objektivikasi dari proses-proses dan makna-makna subjektif dimana dunia akal sehat intersubjektif terbentuk. Intersubjektif adalah sesuatu yang timbul dari pengalaman-pengalaman individu karena adanya relevansi satu dengan yang lain, seperti kebiasaan-kebiasaan, adat, budaya, sopan-santun dll.

Pengedepanan intersubjektif baru dapat dikatakan “sosial” apabila ia sudah diobjektivikasi dalam suatu system tanda, dalam arti sudah mempunyai

© Hak cipta milik IBI KKG (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.



kemungkinan untuk berulang dalam pengalaman-pengalaman bersama tersebut.

Ⓒ Begitu intersubjektivitas sosial terbentuk, maka ia menjadi suatu kenyataan sosial objektif yang dimiliki bersama dan berada di luar individu. Kenyataan sosial objektif ini kemudian dihadapkan pada individu, bersifat mempengaruhi dan memaksa pembentukan pola pikir, sikap, tindakan, dan perilaku individu-individu. Mulai disini proses pembentukan kenyataan sosial kembali dilakukan oleh individu dari awal dan oleh karenanya disebut sebagai proses dialektika.

Selalu ada pemaknaan baru dan pandangan baru, karena makna sendiri juga tidak pernah tetap, ia selalu berada dalam proses negosiasi dan disesuaikan dengan sistem yang baru. Derrida dan Foucault, menyatakan bahwa makna tidaklah stabil, ia selalu dalam proses. Makna tidak bisa dibatasi dalam satu kata, kalimat atau teks khusus, tetapi ia merupakan hasil dari hubungan antar teks “intertekstualitas” (*Intertextuality*). Dengan kata lain dalam memahami suatu teks, maka harus pula dilihat kondisi-kondisi yang memungkinkan teks tersebut diproduksi, seperti ideologi, faktor internal media, faktor eksternal media, kepemilikan modal dan khalayak.

### 3. Pengertian Komunikasi Politik

Kajian komunikasi politik pada awalnya berakar pada ilmu politik, meskipun penamaan lebih banyak dikenal dengan istilah propaganda. Ini dimulai pada tahun 1922 dengan penelitian dari Ferdinand Tonnies dan Walter Lippman yang meneliti tentang opini publik pada masyarakat. Dan Nimmo dan Keith Sanders dalam *Handbook of Political Communication* (Subiakto dan Rachmah, 2014:6-7), mengatakan bahwa salah satu pokok bahasan yang paling penting ialah

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.



komunikasi persuasi, karena pada intinya komunikasi adalah persuasi, yakni usaha manusia untuk memengaruhi orang lain agar sesuai dengan kehendaknya.

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

Membicarakan Komunikasi Politik tidak semudah dengan membicarakan gerakan politik. Kesulitan itu muncul karena ada dua konsep yang mendukung disiplin ilmu ini, yakni konsep “komunikasi” dan konsep “politik”. Komunikasi politik adalah sebuah studi yang interdisipliner yang dibangun atas berbagai macam disiplin ilmu, terutama dalam hubungannya antara proses komunikasi dan proses politik. Ia merupakan wilayah pertarungan dan dimeriahkan oleh persaingan teori, pendekatan, agenda, dan konsep dalam membangun jati dirinya.

Komunikasi dan politik memiliki hubungan yang erat dan istimewa karena berada dalam kawasan (*domain*) politik dengan menempatkan komunikasi pada posisi yang sangat fundamental. Komunikasi politik menyambungkan semua bagian dari sistem politik sehingga aspirasi dan kepentingan dikonversikan menjadi berbagai kebijaksanaan. Komunikasi politik merupakan gabungan dua disiplin ilmu yang berbeda namun terkait sangat erat, yakni Ilmu Komunikasi dan Ilmu Politik.

**4. Pengertian Politik**

Easton (1953), mendefinisikan politik sebagai “kewenangan dalam mengalokasikan nilai-nilai.” Adapun Catlin (1963), mengartikan “kekuasaan dan pemegang kekuasaan.” Harold Lasswell (1958), yang terkenal dengan paradigma komunikasi, mengartikan politik sebagai “siapa memperoleh apa, bilamana dan bagaimana” (Subiakto dan Rachmah, 2014:15-16).

Pengertian lain dikemukakan oleh Weinstein, dikatakannya “politik adalah orientasi tindakan yang diarahkan pada pemeliharaan dan/atau perluasan tindakan

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.



lainnya” (Weinstein, 1971). Kemudian Nimmo berusaha merangkum definisi ‘politik’ ini dalam bukunya *Political Communication and Public Opinion in America*, yakni sebagai kegiatan orang secara kolektif yang mengatur perilaku dibawah kondisi konflik social.

Selanjutnya, Nimmo membedakan orang yang satu dengan yang lain, baik jasmani, bakat, emosi, kebutuhan, cita-cita, inisiatif, maupun perilaku. Perbedaan ini dapat merangsang perdebatan, perselisihan, dan perkecokan. Apabila perselisihan itu sudah serius, maka usaha mempertentangkan atau menyelesaikannya inilah tindakan politik. Jika politik diartikan demikian, maka politik dapat terjadi dalam *setting* politik, tidak saja dalam tingkat negara, tetapi terjadi dalam sistem politik yang lebih kecil, seperti negara bagian. Provinsi, kabupaten, desa, ataupun di perguruan tinggi.

Menurut Subiakto dan Rachmah (2014:18) politik pada dasarnya juga seperti komunikasi yang merupakan suatu tindakan yang melibatkan pembicaraan. Dalam hal ini tidak sekadar pembicaraan dalam arti sempit, tetapi dalam arti yang luas, baik yang bersifat verbal (lisan atau tulisan) maupun yang bersifat nonverbal (gerak, isyarat, maupun tindakan).

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

**5. Komunikasi Massa**

Definisi Komunikasi massa menurut Bittner (Romli, 2016:1) yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner, yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.

Definisi lainnya yang lebih diperinci oleh ahli komunikasi Gebner (1967) adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi lembaga dari arus pesan yang kontinu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat Indonesia.



Menurut Meletzke, komunikasi massa diartikan sebagai setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tersebar. (Romli, 2016:2)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

## 6. Media Sosial

### a. Definisi Media

Secara sederhana, istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagaimana definisi yang selama ini diketahui (Laughey, 2009; Nasrullah, 2016). Terkadang pengertian media ini cenderung lebih dekat terhadap sifatnya yang massa Karena terlihat dari berbagai teori yang muncul dalam komunikasi massa Karena terlihat dari berbagai teori yang muncul dalam komunikasi massa. Namun, semua definisi yang ada memiliki kecenderungan yang sama bahwa ketika disebutkan kata “media”, yang muncul bersamaan dengan itu adalah sarana disertai dengan teknologinya.

Terlepas dari cara pandang melihat media dari bentuk dan teknologinya, pengungkapan kata “media” bisa dipahami dengan melihat dari proses komunikasi itu sendiri. Beragam kriteria bisa dibuat untuk melihat bagaimana media itu. Ada yang membuat kriteria berdasarkan teknologinya, seperti media cetak yang menunjukkan bahwa media tersebut dibuat dengan mesin cetak dan media elektronik yang dihasilkan dari perangkat elektronik. (Nasrullah, 2016:3).

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.



## b. Definisi Sosial

Kata “Sosial” secara teori semestinya didekati oleh ranah sosiologi. Inilah yang menurut Fuch (2014) ada beberapa pertanyaan dasar ketika melihat kata social, misalnya terkait dengan informasi dan kesadaran. Dalam teori sosiologi disebutkan bahwa media pada dasarnya adalah sosial Karena media merupakan bagian dari masyarakat dan aspek dari masyarakat yang direpresentasikan dalam bentuk perangkat teknologi yang digunakan.

Isu lainnya terkait dengan komunikasi dan komunitas. Sebagai manusia, individu tidak bisa terlepas dari komunikasi dan komunitas. Sebagai manusia, individu tidak bisa terlepas dari komunikasi dan komunitasnya. Komunikasi menjadi sarana bagi individu untuk berinteraksi dengan individu lain, sedangkan komunitas merupakan salah satu bentuk relasi sosial yang melibatkan emosi, perasaan, dan bentuk-bentuk lainnya (Nasrullah, 2016:6-7).

Sementara menurut Marx, makna sosial itu merujuk pada saling bekerja sama (*co-operative work*). Dengan melihat fakta bahwa kata sosial bisa dipahami dari bagaimana setiap individu saling bekerja sama, apapun kondisinya, sebagaimana yang terjadi dalam proses produksi dimana setiap mesin saling bekerja dan memberikan kontribusi terhadap produk. Dalam kajian Marx ini, ada penekanan bahwa sosial berarti terdapatnya karakter kerja sama atau saling mengisi di antara individu dalam rangka membentuk kualitas yang baru dari masyarakat (Marx, 1867 dalam Nasrullah, 2016:7-8).

### © 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.



### c. Definisi Media Sosial

Setelah dua pengertian dasar tentang media dan sosial telah dijelaskan, namun tidak mudah membuat sebuah definisi tentang media sosial berdasarkan perangkat teknologi semata. Diperlukan pendekatan dari teori-teori sosial untuk memperjelas apa yang membedakan antara media sosial dan media lainnya di internet. Sebelum pada kesimpulan apa yang dimaksud dengan media sosial. Perlu adanya pembahasan khusus untuk mencari hubungan antara media dan masyarakat. (Nasrullah, 2016:8).

Untuk menjelaskan hal ini, Fuch mengawalinya dengan perkembangan kata Web 2.0 yang dipopulerkan oleh O'Reilly (2005). Web 2.0 Merujuk dari media internet yang tidak lagi sekadar penghubung antara individu dengan perangkat komputer yang selama ini terjadi (teknologi dan jaringan) dalam Web 1.0, tetapi telah melibatkan individu untuk mempublikasikan secara bersama, saling mengolah dan melengkapi data, web sebagai *platform* atau program yang yang bisa dikembangkan, sampai pada pengguna dengna jaringan dan alur yang sangat panjang.

Berdasarkan teori-teori sosial yang dikembangkan oleh Durkheim, Weber, Tonnies, maupun Marx, dapat disimpulkan bahwa media sosial bisa dilihat dari perkembangan bagaimana hubungan individu dengan perangkat media. Karakteristik kerja komputer dalam Web 1.0 berdasarkan pengenalan individu terhadap individu lain (*human recognition*) yang berada dalam sebuah sistm jaringan, sedangkan Web 2.0 berdasarkan sebagaimana individu berkomunikasi (*human*

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

*communication*) dalam jaringan antarindividu. Terakhir, dalam Web 3.0 karakteristik teknologi dan relasi yang terjadi terlihat bagaimana manusia (*Users*) bekerja sama (*human co-operation*) (Nasrullah, 2016:8).

Berikut ini adalah definisi dari media sosial yang berasal dari berbagai literature penelitian (Nasrullah,2016:11)

- 1) Menurut Mandibergh (2012), media sosial adalah media yang mewadahi kerjasama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*).
- 2) Menurut Shirky (2008), media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerjasama (*to co-operate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka instutional maupun organisasi.
- 3) Boyd (2009) menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu salong berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.
- 4) Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi, Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

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.





medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.

- 5) Meike dan Young (2012) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi antar individu (*to be shared one to one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Dari berbagai definisi atau pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa definisi media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

## © Hak cipta milik IBI KKG (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.

## 7. Gaya Bahasa Hiperbola

Bahasa hiperbola dalam Bahasa Indonesia adalah gaya bahasa yang melebih-lebihkan sesuatu, sesuatu yang dilebihkan. Gaya bahasa (Majas) Hiperbola adalah bagian dari majas pertentangan yaitu kelompok majas yang mengungkapkan sesuatu bertentangan dengan aslinya. Penggunaan gabungan kata yang memang sengaja dilebih-lebihkan atau dibesar-besarkan dari sisi jumlah, bentuk, ukuran adalah ciri khas majas hiperbola. Penggunaan kata ini bermaksud untuk menguatkan atau menghebatkan kesan makna kata yang sesungguhnya. Majas hiperbola sering digunakan dalam ceramah, pidato, nasehat, ungkapan kagum, syair, dan percakapan sehari-hari.

Menurut Tarigan (1985:55) Majas Hiperbola adalah majas yang mengandung pernyataan yang berlebih-lebihan jumlahnya, ukurannya, atau sifatnya dengan



maksud memberi penekanan pada suatu pernyataan atau situasi untuk memperhebat, meningkatkan kesan dan pengaruhnya. Sedangkan menurut Keraf (1981:127) hiperbola adalah semacam gaya bahasa yang mengandung suatu pernyataan yang berlebihan dengan membesar-besarkan suatu hal.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**B. Penelitian terdahulu**

Dalam tinjauan pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan serta relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Dengan demikian, peneliti mendapat rujukan pendukung, pelengkap, serta pembanding dalam menyusun skripsi ini sehingga lebih memadai. Selain itu, telaah pada penelitian terdahulu berguna untuk memberikan gambaran awal mengenai kajian terkait dengan masalah dalam penelitian ini.

Setelah peneliti melakukan tinjauan pustaka pada hasil penelitian terdahulu, ditemukan beberapa penelitian mengenai analisis *framing*, yaitu:

**1. Penelitian oleh Tari Suprobo / Universitas Kristen Satya Wacana pada tahun 2015 yang berjudul “Analisis Framing Media Online Dalam Pemberitaan Profil dan Kebijakan Menteri Susi Pudjiastuti (Studi pada situs Berita Detik.com, Kompas.com, dan Antaranews.com periode Oktober – Desember 2014)”**

Penelitian ini meneliti mengenai analisis *framing* media online yang dilakukan oleh Kompas.com, Detik.com, dan Antaranews.com periode Oktober-Desember 2014. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana media online mengkonstruksi opini public terhadap profil Menteri kelautan dan perikanan Susi Pudjiastuti dalam situs berita Detik.com, Kompas.com, dan Antaranews.com

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.



Kesimpulan dari penelitian ini adalah setiap media mempunyai cara tersendiri untuk membentuk opini Susi Pudjiastuti. Detik.com, mendeskripsikan Susi sebagai pengusaha yang sukses tanpa Pendidikan yang tinggi dan kebijakannya meledakkan kapal illegal. Kompas.com, mendeskripsikan Susi sebagai Menteri yang “nyentrik” dan kebijakannya meledakkan kapal tetap dilanjutkan meskipun menuai pro dan kontra. Antaranews.com mendeskripsikan susi sebagai wanita yang berkompeten dan kebijakannya meledakkan kapal merupakan contoh pembelajaran yang eksplisit.

Dari hasil penelitian yang didapat dalam media online, peneliti melakukan *framing* pada teks berita dengan berbagai cara yaitu dengan melakukan pemilihan sumber berita, pemilihan kutipan yang mendukung pernyataan dan latar informasi yang diberikan dalam teks berita.

**2. Penelitian oleh Bobby Tridona / Universitas Lampung pada tahun 2016 yang berjudul “Analisis Framing Pemberitaan Konflik Gubernur DKI Jakarta dan DPRD DKI Jakarta di Media Online (Analisis Framing pada media online Kompas.com dan Detik.com periode 27 Februari – 10 Desember 2015)”**

Penelitian ini meneliti tentang pembentukan *framing* Konflik Gubernur DKI Jakarta dan DPRD DKI Jakarta periode 27 Februari hingga 10 Desember 2015 menggunakan analisis Zhongdang Pan dan Gerald M.Kosicki. Konflik yang terjadi dalam pemberitaan media ini membahas mengenai dugaan dana siluman dalam RAPBD DKI Jakarta tahun 2015.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah setiap media menggambarkan sosok Gubernur DKI Jakarta dengan cara mereka sendiri. Dalam detik.com

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.



gubernur DKI Jakarta merupakan sosok yang pemberani, sedangkan dalam Kompas.com gubernur DKI Jakarta adalah sosok yang tidak mengindahkan etika dan sopan santun.

**3. Penelitian oleh Muhammad Rizal / Universitas Mulawarman pada tahun 2015 yang berjudul “Analisis Framing pemberitaan politik capres dan cawapres di media sosial pada akun detik.com”**

Penelitian ini meneliti tentang pembedaan *framing* pemberitaan politik capres dan cawapres dalam media sosial akun detik.com dengan menyampaikan sebuah peristiwa kepada publik. Penelitian ini menggunakan interpretatif kualitatif dengan metode penelitian analisis *framing* Robert N. Entman dengan empat perangkat yaitu *Define Problems*, *Diagnose Causes*, *Make Moral Judgement*, dan *Treatment Recommendation*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa isu yang diangkat oleh media online, detik.com adalah isu politik. Detik.com lebih menampilkan realitas berita yang ada sesuai dengan faktanya atau tidak disadari rangkaian informasi yang disampaikan dapat mempengaruhi pola pikir pembaca.

**C Kerangka Pemikiran**

Seiring berkembangnya jaman dan teknologi, kegiatan kampanye yang semula merupakan orasi, dan pidato di depan publik. Berkembang dan muncul di media massa seperti televisi, papan reklame hingga pada akhirnya awal tahun 2014 para politisi menggunakan media online dan sosial sebagai salah satu cara untuk berkampanye.

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.

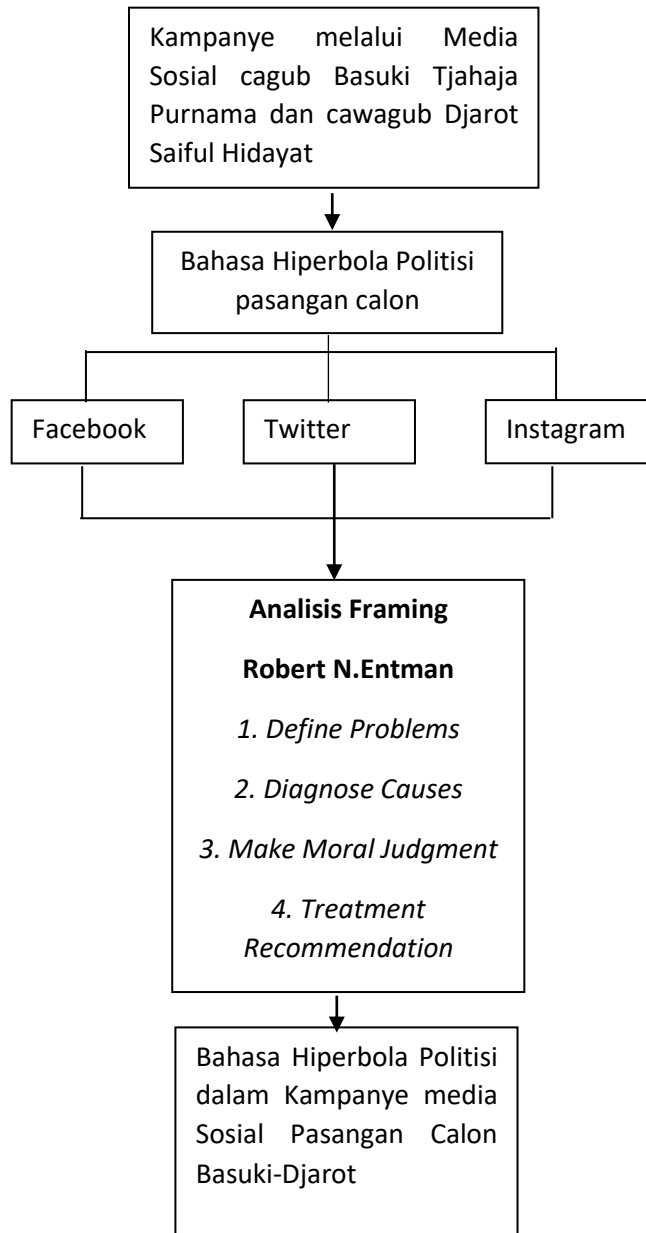
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Kerangka pemikiran “Kampanye Politisi di media sosial dengan

menggunakan analisis *framing* pasangan calon gubernur basuki-djarot” dapat dijabarkan pada halaman berikut:

Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran



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.



Kerangka pemikiran pada gambar 2.2 memberikan penjelasan alur berpikir peneliti mengenai kampanye media sosial pasangan cagub dan cawagub hingga akhirnya membentuk bahasa hiperbola politisi dalam kampanye media sosial. Diawali dari bahasa hiperbola yang digunakan dalam kampanye di 3 media sosial yaitu Facebook, Twitter, dan Instagram. Kemudian dari 3 media sosial tersebut dianalisis menggunakan metode Robert N. Entman yaitu mendefinisikan masalah yang terjadi pada saat itu, memperkirakan penyebab masalah, membuat nilai moral, dan mencoba untuk mencari solusi untuk mengatasi masalah yang terjadi. Sehingga, peneliti dapat mengambil intisari Bahasa hiperbola dalam kampanye media sosial pasangan calon no 2 yaitu BasukiDjarot (BaDja).

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.