

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Tahun 2019 merupakan tahun politik. Kontestasi politik lima (5) tahun sekali diselenggarakan di tahun ini, yaitu pemilu. Pemilu atau Pemilihan Umum merupakan agenda politik setiap lima (5) tahun sekali untuk memilih Presiden dan wakil presiden serta anggota legislatif baik di tingkat pusat (DPR Pusat), ataupun daerah (DPRD tingkat I, II, dan DPD) Selain itu pemilu juga merupakan sarana untuk memilih badan eksekutif yaitu presiden dan wakil presiden Republik Indonesia. Kontestasi pemilu tahun ini berbeda dari tahun-tahun sebelumnya, karena untuk pertama kali pemilihan umum untuk badan legislatif dan eksekutif diselenggarakan bersama-sama. Selain itu, dari segi pemilih, tentunya dari segi partisipasi pemilih dimana pada tahun politik ini tentunya berbeda dari tahun sebelumnya. Dimana adanya kenaikan partisipasi baik dari jumlah pemilih maupun jumlah partisipasinya.

Tabel I

perbandingan DPT dan tingkat partisipasi Pemilu tahun 2014 - 2019

	Tahun 2014	Tahun 2019
Jumlah DPT	190.307.134	192.866.254
Tingkat partisipasi	70%	81%

Sumber : www.kpu.go.id diakses pada 29 September 2019 pukul 09:00

Pemilu identik dengan kampanye politik. Kampanye politik merupakan salah satu bentuk komunikasi politik. Menurut pasal 1 ayat 26 Undang-Undang Nomor 10 tahun 2008 tentang pemilihan umum DPR, DPD, DPRD yang disebut kampanye adalah kegiatan peserta pemilu untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi dan program peserta pemilu. Jadi berdasarkan pada definisi diatas arti kampanye adalah sebuah *purpose to something*, yaitu aktivitas komunikasi yang ditujukan ntuk memengaruhi orang lain agar ia memiliki wawasan, sikap dan perilaku sesuai dengan kehendak atau keinginan penyebar atau pemberi informasi¹

Selain kampanye, adapula propaganda. Propaganda merupakan sebuah usaha yang dilakukan oleh sekelompok orang atau sebuah organisasi untuk mempengaruhi manusia. Terkadang propaganda dilakukan untuk merubah pemikiran seseorang dengan tujuan untuk kepentingan sendiri karena propaganda dapat merubah kepercayaan dan opini². Dalam propaganda mempunyai kajian pokok "*How to Influence and to control the mind's of men*"- Bagaimana mempengaruhi dan menguasai pikiran manusia. Istilah propaganda bisa jadi telah mengukirkan suatu gambaran negatif atau hal buruk di dalam pikiran seseorang.³ kegiatan seperti ini bagian dari upaya untuk membujuk orang lain agar mengikuti dan melakukan sesuai keinginan

¹ Hafied Cangara. *Komunikasi Politik Konsep, Teori, dan Strategi*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2011) hal 22.

² Ginting Munthe, Moeryanto, *Propaganda dan Ilmu Komunikasi*, Jurnal IISIP, Vol. IV, No.1, Edisi Juni 2012, hal. 49

³ Ibid, hal. 40

propagandis. Propaganda politik dapat merupakan kegiatan komunikasi politik yang dilakukan secara terencana dan sistematis, untuk menggunakan sugesti (mempermainkan emosi), untuk tujuan mempengaruhi seseorang atau kelompok orang, khalayak atau komunitas yang lebih besar (bangsa) agar melaksanakan atau menganut suatu ide (ideologi, gagasan, sampai sikap), atau kegiatan tertentu dengan kesadarannya sendiri tanpa dipaksa/terpaksa. Propaganda politik pada masa ini sangat berkaitan dengan media. Baik media cetak, massa, ataupun media sosial. Karena sarana propaganda harus menyentuh khalayak banyak secara massif.

Gambar 1

Perkembangan Propaganda melalui media sosial



Sumber : Samantha Bradshaw, Philip N. Howard, *The Global Disinformation Order, 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation*, Oxford Internet University, University of Oxford

Melalui gambar diatas, perkembangan propaganda tiap tahun ke tahun semakin meningkat melalui media sosial. Hal ini menunjukkan bagaimana

pengaruh media sosial terhadap perkembangan propaganda juga sangat efektif dikarenakan adanya peningkatan setiap tahunnya.

Media sosial pada masa sekarang adalah salah satu media yang sangat berpengaruh bagi kehidupan masyarakat. Ketersediaan internet serta perkembangan zaman yang membuat hampir seluruh orang mempunyai media sosial, baik berupa Facebook, Twitter, Instagram, ataupun media sosial yang lain, Salah satu media sosial yang bisa dibuat sebagai media propaganda adalah media sosial Instagram. Instagram adalah media sosial yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara online. Penggunaan instagram yang terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, serta fitur-fitur yang bisa menyertakan media berupa foto dan video membuat instagram menjadi salah satu media sosial yang mempunyai pengaruh besar bagi massa. Penggunaan media sosial sebagai salah satu media propaganda tentunya sangat banyak pengaruhnya. Hal ini berbanding lurus dengan kebutuhan propaganda dengan peningkatan jumlah pengguna internet dan media sosial saat ini

Tabel 3

Perkembangan Pengguna internet dan media sosial di Indonesia

	Tahun 2018	Tahun 2019
Jumlah Pengguna Internet	132,7 juta	150 juta
Pengguna media sosial	130 juta	150 juta

Sumber : <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-internet/> diakses: 20 November 2019 pukul 12:06

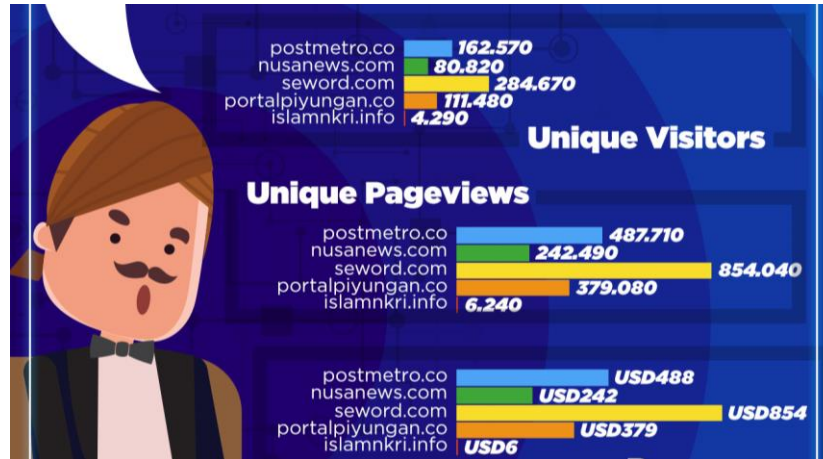
Terdapat banyak media yang berfokus pada perkembangan politik, khususnya di Indonesia memanfaatkan media sosial untuk media penyebaran artikel dan beritanya, salah satunya Seward. Seward.com adalah media opini terbuka yang membuat artikel-artikel yang ditulis oleh penulis yang berasal dari masyarakat sendiri. Seward.com didirikan pada tahun 2016 oleh Alifurrahman. Seward.com melalui akun instagram @sewordofficial_ merupakan salah satu akun instagram yang cukup berpengaruh bagi masyarakat, hal ini bisa dilihat dari jumlah followers atau pengikut di instagram contohnya, yang hampir mencapai angka 170 ribu pengikut dengan jumlah postingan dalam akun sebanyak 2000-an. Yang artinya setiap konten yang diposting menjadi sangat berpengaruh bagi pembacanya. Dalam media sosial instagram sendiri, tidak hanya seword, beberapa akun instagram juga memproduksi artikel pada konstestasi Keberadaan seword ini juga tidak terlepas dari berbagai kontroversi dan kasus yang menyangkut media ini. Hal ini diungkapkan dalam situs tirto.id, penulisan artikel dalam Seward minim akan prinsip editorial yang ketat sehingga minim akan nilai jurnalisme⁴. Selain itu, beberapa kasus yang juga pernah melibatkan seword sendiri juga dinilai sebagai salah satu media yang cukup bermasalah, diantaranya kasus yang dilaporkan dalam *hatespeech* terhadap Anies Baswedan⁵.

⁴ <https://tirto.id/cerita-di-balik-situs-postmetro-dan-seword-b9WN> diakses tanggal 20 November 2019 pukul 12:13

⁵ <https://nasional.kompas.com/read/2017/10/11/21140311/dilaporkan-ke-polisi-karena-hate-speech-pendiri-sewordcom-anggap-salah?page=all> diakses tanggal 20 November 2019 pukul 12:13

Gambar 2

Daftar pengunjung situs dan halaman



Sumber: <https://tirto.id/cerita-di-balik-situs-postmetro-dan-seword-b9WN> diakses tanggal 20 November 2019 pukul 12:13

Sesuai dengan gambar diatas, nampak bagaimana pengunjung dari situs situs yang berkaitan dengan propaganda politik cukup besar dalam setiap kunjungannya, dan tentunya penghasilan yang diperoleh dari bagaimana penyebaran propaganda dalam portal-portal tersebut cukup besar pula.

Padahal dalam pandangan islam, penyebaran berita atau kabar bohong, ataupun propaganda sangat dilarang, hal ini merujuk pada salah satu ayat Al-Quran, yaitu surat Al Hujurat 6 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti, agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu” (Q.S Al-Hujurat/ 49:6)

Berdasarkan ayat diatas, disebutkan bahwa pentingnya bagi kita untuk melakukan klarifikasi atau *tabayyun* dalam menerima ataupun menyampaikan berita. Baik berita dari orang ataupun media, apalagi media sosial yang bisa siapa saja memberitakan. Hal ini untuk mencegah dampak negatif yang akan berdampak tidak hanya pada diri sendiri, melainkan kepada khalayak umum.

Dengan berbagai latar belakang serta permasalahan yang telah disebutkan diatas membuat penulis menjadi tertarik untuk membahas khususnya dalam ranah komunikasi tentang bagaimana propaganda politik dalam kampanye pilpres di akun instagram @sewordofficial_.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana propaganda politik dalam kampanye pilpres di akun instagram @sewordofficial_ dalam perspektif analisis wacana Teun A. van Dijk
2. Apa saja propaganda dalam kampanye pilpres 2019 di akun instagram @sewordofficial_

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana propaganda politik dalam kampanye pilpres 2019 di akun instagram @sewordofficial_. dalam perspektif analisis wacana Teun A. van Dijk
2. Untuk mengetahui apa saja propaganda politik dalam kampanye pilpres 2019 di akun instagram @sewordofficial_.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya penelitian yang berkaitan tentang propaganda dalam kampanye pilpres di sosial media instagram.
2. Kegunaan praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan deskripsi untuk mengetahui propaganda dalam kampanye pilpres di sosial media instagram.
3. Untuk peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tentang propaganda politik

E. Telaah Pustaka

Sebelum peneliti melakukan penelitian ini, penulis mencari sumber-sumber pustaka yang hampir sama penelitiannya dengan apa yang akan diteliti. Ada beberapa penelitian yang menjadi pertimbangan penelitian ini dilakukan, yaitu :

1. Skripsi “ Makna Pesan Propaganda Komunikasi Politik Tentang Islam Dalam Film 3 (Alif, Lam, Mim) oleh Wiwi Awaliyah, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk Untuk mengetahui makna denotasi, konotasi, dan mitos dalam Film 3(*Alif, Lam, Mim*) serta Untuk mengetahui pesan atau dialog propaganda yang terdapat dalam Film 3 (*Alif, Lam, Mim*).

Metode penelitian yang digunakan pada skripsi ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Objek penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini mengenai sinematografi merupakan tanda-tanda verbal dan no-verbal yang terdiri dari berbagai macam tanda yang tergabung dalam sistem, maka metode analisis yang digunakan adalah analisis semiotika. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan observasi, wawancara, serta dokumentasi.

Dari hasil analisis penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti menarik kesimpulan mengenai makna semiotik (*denotasi, konotasi, dan mitos*) dan propaganda politik. *Makna denotasi* yang ditemukan pada beberapa adegan tersebut menggambarkan tentang pakaian *jubbah, gamis, dan sorban* yang dikenakan oleh orang-orang Islam. Kemudian *makna konotasi* yang terdapat pada beberapa adegan tersebut adalah bagaimana masyarakat menggambarkan pakaian *jubbah, gamis, dan sorban*. Sedangkan *mitos* yang terdapat dalam beberapa adegan film ini adalah bahwa pakaian *jubbah* yang dikenakan oleh seorang Kyai dan orang-orang Islam dalam kehidupan masyarakat masing dianggap asing dan aneh. *Pesan propaganda politik* yang terdapat dalam beberapa adegan Film 3 dengan menggunakan beberapa teknik propaganda seperti *name calling, card stacking, dan frustration or spacegot*, Berbagai cara dilakukan oleh seorang pemimpin politik agar mendapatkan kedudukan yang lebih tinggi.

Persamaan penelitian diatas dengan penelitian yang akan diteliti adalah masing-masing dari aspek pembahasan makna pesan propaganda serta lingkup komunikasi politik. Sedangkan perbedaannya terletak dalam segi aspek media yang diteliti serta metode analisis data yang dipakai.

2. Skripsi “ Dakwah di Instagram – Analisis Wacana Teun A. Van Dijk pada akun instagram @Nunuzoo “ oleh Mufid Anshori, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Surakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dakwah instagram melalui wacana dari video yang diposting Numuzoo.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan Jenis penelitian ini termasuk yang deskriptif kualitatif, karena bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengkaji wacana terhadap dakwah di Instagram yang di kemas dengan dakwah komedi oleh Nurul Azka. Kemudian penulis menggunakan teknik analisa data model analisa wacana kritis Teun A Van Dijk karena dalam analisis wacana kritis, analisis wacana kritis tidak hanya difokuskan pada teks saja melainkan pada dimensi kognisi sosial dari Pembuat Video, dan konteks sosial masyarakat. Oleh karena itu untuk mengetahui wacana di *Instagram* akun @Nunuzoo ada tiga unsur untuk menganalisisnya yaitu teks,kognisi sosial dan konteks sosial.

Hasil penelitian ini adalah bahwa wacana dakwah di Instagram dalam akun @Nunuzoo yang ditinjau dari analisis wacana kritis Teun A Van Dijk dari segi teks terdapat pesan yang termuat dengan topik utama tentang pengharaman pacaran. Kemudian untuk kognisi sosial Nurul Azka

menjadikan pengalaman yang di usia remaja ini sebagai materi tentang tema pacaran pada setiap videonya namun semua videonya tidak semuanya tentang pacaran. Setelah itu dari segi konteks sosial adalah dengan mengangkat judul video yang sedang tren atau terkenal pada saat masa itu sehingga menjadi daya tarik dalam postingan videonya.

Persamaan dari penelitian diatas dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah dalam aspek media yang dikaji serta metode analisis data yang sama. Sedangkan perbedaannya terhadap penelitian yang akan diteliti terletak pada aspek pembahasannya.

3. Jurnal Hasil Penelitian 14-24, 2017, ISSN 2354-7154 tentang “Analisis Wacana Kritis Van Dijk Dalam Program Acara Mata Najwa di Metro TV“ oleh I Nyoman Pasuasa, kualitatif.

Jurnal ini dibuat untuk mengetahui dan menganalisis menggunakan analisis wacana kritis Van Dijk yang dapat dirumuskan dalam tiga bentuk tujuan. Mendeskripsikan analisis struktur mikro, superstruktur, dan struktur makro pada program acara Mata Najwa pada episode Babak Final Pilkada Jakarta.

Pendekatan dalam jurnal ini berfokus pada subyek program acara Mata Najwa dalam Metro TV dengan jenis metode observasi nonpartisipasi, yaitu metode dimana peneliti hanya sebagai pengamat dan tidak aktif dalam program acara tersebut. Metode ini digunakan untuk mendapatkan wacana-wacana yang muncul selama siaran berlangsung. Metode studi kepustakaan juga digunakan untuk mempelajari berbagai jenis referensi

bacaan baik itu buku, jurnal, monografi, dan sebagainya. Sedangkan analisis data dalam penelitian ini menggunakan prosedur analisis data kualitatif berdasarkan model interaktif Milles yang mencakup tiga tahap, yaitu (1) reduksi data, (2) penyajian data, dan (3) verifikasi atau penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan tiga hal. Pertama berkaitan dengan analisis struktur makro yang berkaitan dengan tema yang diangkat, yaitu gemuruh politik pilkada Jakarta. Kedua yaitu analisis super struktur, yaitu terkait pendahuluan, isi, penutup dan simpulan dalam program acara Mata Najwa. Serta yang terakhir adalah berkaitan dengan struktur mikro, yang mencakup unsur semantic, sintaksis, stilistik, dan retorik yang menunjukkan makna-makna implisit yang berkaitan dengan penanaman ideology politik, penyampaian pesan, serta mempengaruhi pola pikir masyarakat.

Persamaan dari penelitian diatas terhadap penelitian yang akan diteliti adalah dari aspek analisis data yang digunakan. Sedangkan perbedaannya terletak pada media yang digunakan.