

Media Sosial Komunitas untuk Meningkatkan Eksistensi Komunitas dalam Wacana Politik Pemilu Presiden 2019

<https://doi.org/10.25008/caraka.v1i1.38>

VERA YUNI ASTUTI

AHMAD TONI

Universitas Budi Luhur, Indonesia

ABSTRACT

This research discusses *NET.Good People* community in Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang and Bekasi (Jabodetabek) as part of efforts to strengthen their existence in political discourse during the 2019 Presidential Election. The instagram-based *NET.Good People* community in Jabodetabek came up with a political discourse content to maintain the image of NET.TV in the community without taking side with one of the presidential candidate pairs but rather asking the public not to abstain from voting. This research uses qualitative approaches and Critical Discourse Analysis method with the variants of Norman Fairclough. The results of this research show that the *NET.Good People* community in Jabodetabek did not take side with one of the presidential candidate pairs in the 2019 election. However, this research highlighted the importance of community members to take part in politics without being an abstainer in the presidential election in line with the messages they have sent on the instagram. The instagram messages were neutral and substantively called on the public to vote in the 2019 presidential election for the sake of a better Indonesia in the future.

Keywords: *Instagram; community; political discourse; abstainer; political communication*

ABSTRAK

Penelitian ini membahas komunitas *NET.Good People* Jabodetabek dalam upaya meningkatkan eksistensi komunitas mereka dalam wacana politik pada Pemilu Presiden 2019. Komunitas melalui instagram *NET.Good People* Jabodetabek memunculkan konten berwacana politik untuk mempertahankan citra NET.TV di masyarakat dengan tidak berpihak pada salah satu pasangan calon presiden, melainkan mengajak masyarakat tidak golput. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif sedangkan metode Critical Discourse Analysis varian Norman Fairclough. Temuan penelitian adalah, komunitas *NET.Good People* Jabodetabek tidak berpihak pada salah satu calon presiden pada Pemilu Presiden dan Wakil Presiden 2019, namun mewacanakan pentingnya anggota komunitas ikut partisipasi dalam politik dengan tidak menjadi Golput sebagaimana disampaikan dalam pesan-pesan Instagram mereka. Pesan instagram itu bersifat netral dan secara substansif aktif mengajak masyarakat memberikan suara pada saat pemilihan umum Presiden dan Wakil Presiden 2019 untuk masa depan Indonesia yang lebih baik.

Kata Kunci: *Instagram; komunitas; wacana politik; golput; komunikasi politik*

Vera Yuni Astuti (vvarichter@gmail.com) & Ahmad Toni (ahmad.toni@budiluhur.ac.id)
Copyright © 2020 (Vera Yuni Astuti dan Ahmad Toni).
Licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 (CC BY-SA 4.0)
Para penulis menyatakan tidak mempunyai konflik kepentingan dalam penelitian dan penerbitan publikasi ini.
Available at http://caraka.web.id
Submitted: 20 February 2020, Revised: 18 March 2020, Accepted: 20 June 2020

PENDAHULUAN

Manusia dalam upayanya memenuhi kebutuhan hidup memerlukan komunikasi antarindividu, mulai dari komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, maupun komunikasi massa yang kini bisa dalam bentuk *online* maupun *offline* (Hutagalung et al 2018). Dalam perkembangannya *media online* tidak hanya sebatas televisi dan radio tetapi juga *whatApps*, *twitter*, *facebook* dan *Instagram* dan lain-lain (Lestari et al, 2020; Yuniarto, 2019).

Sosial media ini berbeda-beda dalam penggunaannya. Banyak platform tersedia seperti *whatApps* yang merupakan aplikasi pesan untuk ponsel cerdas (*smartphone*) sehingga pengguna dapat melakukan obrolan online, bertukar file dan foto dan lain-lain. Media sosial kini menjadi bagian tidak terpisahkan dalam kehidupan manusia baik di kota besar maupun kota kecil, sepanjang tersedia jaringan internet (Saraswati, 2018; Parahita, 2019; Dewi, 2018).

Twitter merupakan layanan jejaring sosial dan mikrologi daring yang memungkinkan penggunanya mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 karakter melalui pertukaran pesan yang cepat dan sering, sedangkan *Facebook* merupakan salah satu media sosial yang kerap digunakan untuk mengunggah foto atau video pendek.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial termasuk *instagram* sendiri (*personal*). Saat ini *instagram* digandrungi anak muda di kota-kota besar dan menjadi identitas personal ataupun komunitas untuk menampilkan jati diri mereka sebagai sekelompok orang yang memiliki kesamaan penilaian dan keinginan untuk mencapai satu tujuan bersama.

Komunitas menggunakan komunikasi kelompok dalam berkomunikasi seperti dalam rapat, pertemuan, konferensi dan sebagainya (Arifin, 1984; Firmanzah, 2012). Komunikasi ini dapat menjadi penghubung dalam mencapai sebuah kesepakatan dalam sebuah komunitas.

Pada sebuah komunitas sangat diperlukan keseragaman komunikasi yang membuat anggota mengetahui tujuan dari sebuah komunitas. Kegiatan komunitas merupakan suatu tindakan yang memungkinkan anggotanya menerima atau memberi suatu pesan sesuai dengan kebutuhannya.

Para elite politik di berbagai negara menggunakan media sosial untuk menyebarluaskan informasi, sedangkan para selebriti memakainya sebagai salah satu cara dalam meningkatkan rating mereka. Begitu juga stasiun-stasiun televisi menggunakan media sosial untuk meningkatkan popularitas agar tetap tampil eksis dan terkenal, sebagaimana dilakukan oleh stasiun televisi NET TV.

Stasiun televisi membuat sebuah komunitas, *NET. GOOD PEOPLE*, sebagai salah satu program *Public Relations* NET TV untuk menjaga citra positif dan eksistensi dari NET TV dan menggunakan media sosial dalam berkomunikasi dengan para nitizennya.

Penelitian ini berupaya untuk melihat bagaimana platform media sosial itu dapat menggambarkan kondisi masyarakat dalam mencerna wacana politik pada Pemilihan Presiden 2019 melalui *instagram* komunitas *NET.GOOD PEOPLE*.

KERANGKA TEORI

Computer Mediated Communication (CMC) adalah sarana berkomunikasi baik bersifat interpersonal, kelompok, organisasi dan massa yang dilakukan melalui jaringan internet, sehingga segala aktivitas dan perilaku manusia dilakukan dengan dimediasikan oleh jaringan

internet. Menurut Bagdikian (2004) internet tidak dikontrol secara terpusat di dalam memutuskan informasi yang disebarkan apakah untuk kepentingan umum atau kepentingan individu maupun golongan.

CMC merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan teknologi internet sebagai bersosial komunikasi antarpersonal, kelompok, organisasi dan massa. Bentuk-bentuk komunikasi CMC biasanya menggunakan berbagai perangkat yang terkoneksi internet baik berupa komputer, laptop, macbook, notebook, smartphone dan sebagainya.

Komunitas media online disebut juga *online community* yang merupakan gabungan antarindividu yang menjadi anggota di dalam sebuah komunitas berbasis jejaring sosial dan dilakukan melalui berbagai perangkat yang terkoneksi oleh jaringan internet. Salah satu komunitas media online adalah komunitas di stasiun televisi swasta yaitu NET.TV dan pengguna instagram NET.Good People Jabodetabek.

Jejaring sosial adalah media sosial yang berperan sebagai sebuah komunitas yang terhubung melalui persahabatan atau pertemanan yang didasari oleh nilai-nilai, hubungan, ide dan pekerjaan, sedang menurut Boyd dan Ellison (2007; Lasica, 2003) jejaring sosial merupakan layanan berbasis web yang memungkinkan individu membangun profil publik dengan jejaring sosial diatur daftar pengguna lain dan berbagi koneksi kepada pihak lain.

Komunitas media online atau jejaring sosial adalah integrasi antarindividu yang berminat menjadi anggota berdasarkan pada latar belakang minat, tujuan, pekerjaan, nilai sosial, ekonomi, pendidikan, agama dan suku untuk bisa mengekspresikan perasaan, ide, gagasan dan nilai-nilai yang diakui sebagai tujuan bersama.

Sementara itu, komunikasi politik dilakukan sebagai bentuk paradigma retorika (Ritonga, 2014). Keberadaan desain komunikasi politik sangat lekat dengan hidup dan kehidupan sehari-hari dan tak bisa lepas dari sejarah manusia, karena merupakan salah satu usaha manusia untuk meningkatkan kualitas hidup. Komunikasi politik merupakan representasi sosial budaya masyarakat.

Komunikasi politik adalah proses penyampaian informasi mengenai politik dari pemerintah kepada masyarakat dan dari masyarakat kepada pemerintah (Surbakti, 2010; Cangara, 2011). Komunikasi politik adalah proses di mana informasi politik yang relevan diteruskan dari satu bagian sistem politik kepada bagian lainnya, dan di antara sistem-sistem sosial dengan sistem-sistem politik.

Kejadian tersebut merupakan proses yang berkesinambungan, melibatkan pula pertukaran informasi di antara individu-individu dengan kelompok-kelompoknya pada semua tingkatan masyarakat (Ritonga, et al, 2017). Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan pengertian komunikasi politik adalah proses penyampaian informasi politik yang relevan dari satu bagian sistem politik kepada bagian lainnya, dan di antara sistem-sistem sosial dengan sistem-sistem politik.

Dalam hal ini komunikasi politik merupakan proses yang berkesinambungan, dan melibatkan pula pertukaran informasi di antara individu-individu dengan kelompok-kelompoknya pada semua tingkatan masyarakat.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana dengan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif mengenai kata-kata lisan maupun tulisan dan tingkah laku yang dapat diamati dari orang-orang yang diteliti (Taylor dan Bogdan dalam Hendraso, 2010: 166; Sugiyono, 2008).

Pendekatan yang digunakan berdasarkan multilevel, dikenal dengan analisis wacana kritis (*critical discourse analysis*) untuk menganalisis wacana politik dalam instagram *Net.Good People* Jabodetabek di NET TV. Sedangkan, analisis wacana kritis yang digunakan adalah analisis wacana Norman Fairclough (1995) pada level naskah beserta konteks dan historis *caption* pada instagram *NET.Good People* Jabodetabek.

Data penelitian diperoleh melalui teknik wawancara, observasi, kuisisioner, dokumentasi dari sumber internal yang ditanyakan kepada pihak *Public Relation* NET TV.

Peneliti menjadi bagian dari komunitas yang melakukan aktivitas dalam komunitas *NET.Good People* Jabodetabek, sehingga analisis bersifat multilinear dan tidak memerlukan keteraturan analisis baku, karena perolehan data dilakukan secara *random* dengan jawaban langsung dari data primer yaitu *Public Relation* NET.TV.

Dalam penelitian ini *NET.Good People* yang menjadi topik bahasan adalah *NET.Good People* Jabodetabek, yang merupakan salah satu region komunitas dari *NET. Good People* di sekitar wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi (Jabodetabek).


HASIL PENELITIAN

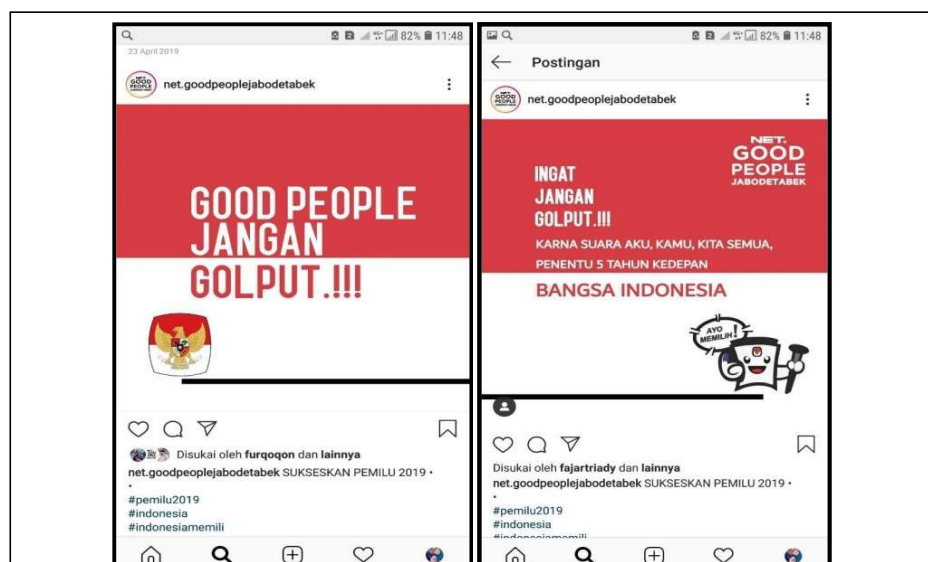
NET. Good People merupakan komunitas yang diinisiasi oleh CEO NET Wishnutama. Pada perkembangannya komunitas ini menyebar ke berbagai daerah. Dengan slogan Televisi Masa Kini, NET berupaya menjangkau pemirsa dan meluncurkan *NET.Good People*, 2017.

Komunitas *NET.Good People* pada dasarnya menyerupai *fanbase*, dengan berbagai aktivitas seperti mengadakan kegiatan event, pelatihan–pelatihan tema tertentu serta menjalin relasi antaranggota. Komunitas *NET.Good People* bertujuan memberi sejumlah manfaat bagi para *good people* di seluruh daerah seperti disampaikan Chief Officer (CEO) NET, Mediatama Wishnutama.

Kegiatan komunitas *NET.Good People* menggunakan sosial media instagram untuk mengkomunikasikan berbagai kegiatan *fanbase* yang memungkinkan mereka membagikan kegiatan–kegiatan bagi para fans (Tabel 1).

Tabel 1. Profil Komunitas *NET.Good People* di Instagram

No	Profil Komunitas <i>NET.Good People</i> Jabodetabek	Keterangan
1	Link	https://www.instagram.com/net_goodpeople https://www.instagram.com/net.goodpeoplejabodetabek
2	Nama	Komunitas NET.Good People Komunitas NET. Good People Jabodetabek
3	Logo	
4	Jumlah Anggota	NET.Good People, total postingan 394 orang Total mengikuti: 86 orang Total pengikut/anggota: 189.000 orang NET.Good People Jabodetabek Total postingan: 284 orang Total mengikuti: 81 orang Total pengikut/anggota : 1.539 orang
5	Tema/Tujuan Komunitas	Komunitas fanbase NET TV
6	Atribut	Kaos bertuliskan dan berlogo NET.Good People

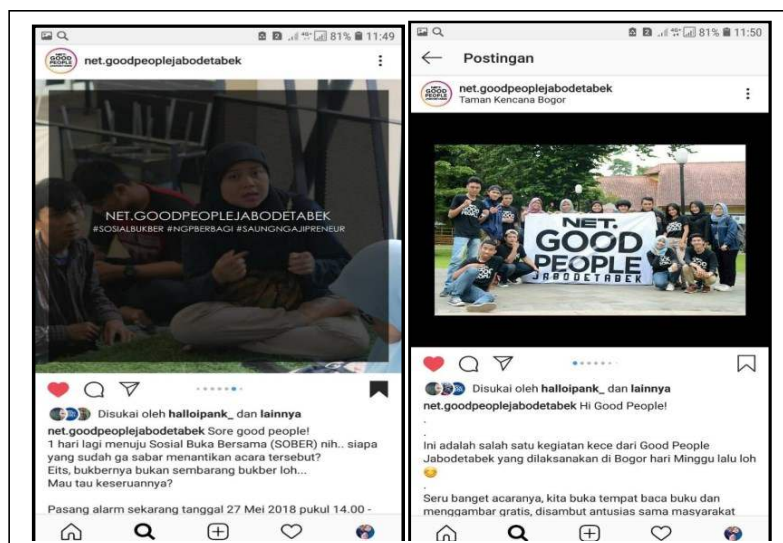


Gambar 1 dan Gambar 2: Wacana politik komunitas NET.Good People Jabodetabek

Pada mulanya, di laman profil komunitas *NET.Good People* belum terlihat wacana politik namun pada event pemilihan umum presiden 2019, instagram *NET. Good People* Jabodetabek (Gambar 1 dan 2) sudah muncul pesan-pesan politik yang ditujukan kepada para nitizen.

Pada Gambar 1 dan Gambar 2 ada ajakan kepada anggota komunitas maupun nitizen yang bukan anggota komunitas agar “Jangan Golput”. *Upload* gambar politik bukanlah pemanfaatan elite politik, melainkan ajakan kepada masyarakat untuk berpartisipasi pada pemilihan umum presiden dan wakil presiden.

Slogan di sosial media merupakan sarana komunitas *NET.Good People* Jabodetabek untuk mengajak warga menggunakan hak pilihnya sesuai pilihannya. Terlepas dari wacana politik pada instagram *NET. Good People*, banyak kegiatan yang dilakukan komunitas itu (Gambar 3 dan Gambar 4) yang tidak berkaitan dengan kegiatan politik.



Gambar 3 dan Gambar 4: Kegiatan nonpolitik komunitas *NET.Good People*

Peneliti menggunakan analisis wacana kritis *Critical Discourse Analysis* (CDA). Kata “kritis” dimaknai sebagai mempelajari dan membawa ke permukaan tentang dominasi dan ketidaksetaraan yang dihasilkan melalui penggunaan bahasa. Pada pandangan kritis, bahasa memiliki peran penting dalam pembentukan subjek, tema wacana dan strategi yang terkandung di dalamnya. Artinya, dalam sebuah kontek harus disadari adanya kepentingan (Yrama Widya, 2009: 49). *Discourse* dalam CDA dipandang tidak hanya sebagai studi bahasa dari aspek kebahasaan saja, tetapi juga dengan konteksnya.

Konteks yang dimaksud bisa dihubungkan dengan tujuan praktik kekuasaan. Hubungan antara bahasa, kekuasaan dan ideologi adalah *point* utama dalam bahasa analisis wacana kritis. Oleh sebab itu analisis wacana kritis pada analisis wacana politik dalam instagram *NET.Good People* Jabodetabek di NET TV merupakan pendekatan interdisiplin untuk menggambarkan, menginterpretasikan dan menjelaskan hubungan diantara *point* utama analisis wacana kritis.

Beberapa karakteristik penting analisis wacana kritis berdasarkan Fairclough (1992, 1995) meliputi (1) Tindakan. Prinsip pertama wacana dipahami sebagai sebuah tindakan yaitu sebuah bentuk interaksi; (2) Konteks. Analisis wacana kritis dilihat sebagai bentuk kesatuan pada saat diproduksi, dimengerti, dan dianalisis yang melatarbelakangi

pembentuknya; (3) Historis, merupakan faktor yang menentukan sebuah wacana dapat dengan mudah dimengerti dan sebagai penunjuk waktu wacana dibuat; (4) Kekuasaan, adalah salah satu elemen penting karena wacana tidak terbentuk dengan sendirinya secara alamiah dan netral. Salah satu contoh ciri kekuasaan dalam wacana adalah kontrol satu atau sekelompok orang terhadap satu atau sekelompok orang lain, baik secara fisik maupun mental; (5) Ideologi, menyatakan teori klasik mempengaruhi *discourse analysis* karena ideologi dibangun oleh kelompok yang dominan untuk memproduksi dan melegitimasi dominasi mereka. Wacana merupakan cerminan dari suatu ideologi.

Menurut pemahaman Fairclough, wacana mempunyai tiga efek yaitu *pertama* memberikan andil dalam berkontribusi identitas sosial dan posisi subjek. *Kedua*, membantu berkontribusi nilai sosial diantara orang-orang, *ketiga*, memberikan kontribusi dalam mengkonstruksikan sistem pengetahuan dan kepercayaan (Eriyanto, 2001).

Penerapan CDA pada analisis wacana politik dalam instagram *NET.Good People* Jabodetabek di NET TV, tidak semata-mata menemukan fakta pada *caption* naskah berbau politik tapi juga pada *caption* beberapa kegiatan yang pernah dimuat dalam instagram *NET.Good People* Jabodetabek seperti di Gambar 3 dan Gambar 4.

Pada *caption* Gambar 1 terkandung ajakan kepada masyarakat dan ajakan khusus untuk komunitas *NET.Good People* Jabodetabek untuk memberikan suara pada pemilihan umum Presiden dan Wakil Presiden. Unsur pola potensi yang dihasilkan dalam tulisan adalah perjuangan, keprihatinan dan kepedulian terhadap masa depan pemimpin bangsa Indonesia. *Caption* itu konsisten dengan komunitas *NET.Good People* Jabodetabek yang netral dan sifatnya semata-mata ajakan dalam wacana politik pada saat pemilihan umum.

Sedangkan untuk kalimat *caption* pada Gambar 2; “Karena suara aku, kamu dan kita semua. Penentu 5 tahun ke depan Bangsa Indonesia”, merupakan dorongan, motivasi dan seruan penegasan pada komunitas dan rakyat untuk tetap memberikan suara pada pemilihan umum. Pada *caption* ini terkandung isi kekhawatiran masyarakat enggan memberikan suara pada pemilihan umum karena menganggap aspirasinya tidak tersalurkan.

Dari *caption* Gambar 1 dan Gambar 2 secara keseluruhan tampak menyajikan ajakan kepada masyarakat dan anggota komunitas *NET.Good People* Jabodetabek untuk memilih calon Presiden dan Wakil Presiden pada pemilihan umum 2019.

Pada Gambar 3 dan Gambar 4, analisis wacana kritis pada *caption* itu merupakan ciri khusus dari kegiatan komunitas *NET.Good People* Jabodetabek yang sebenarnya, yaitu kegiatan bersifat nirlaba (*zero budget*) dan keaktifan para anggota komunitas dalam beberapa kegiatan Sosial Buka Bersama (Sober).

Analisis wacana Fairclough pada *caption* menunjukan benang merah dalam bahasa konteks antar *caption* pada *caption* Gambar 1 dan 2 juga Gambar 3 dan 4, menunjukan *caption* yang ditulis pada instagram *NET.Good People* Jabodetabek merupakan ajakan, motivasi dan dorongan kepada masyarakat dan anggota komunitas dan bukan keberpihakan pada salah satu elite politik.

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini adalah instagram *NET.Good People* tidak dapat dikategorikan sebagai berpihak pada salah satu calon presiden pada pemilihan umum Presiden dan Wakil Presiden pada tahun 2019. Pesan instagram *NET.Good People* bersifat netral dan secara substansif aktif mengajak masyarakat untuk memberikan suara pada saat pemilihan umum Presiden dan Wakil Presiden dengan tidak menjadi Golput.

Komunitas merupakan sekelompok orang yang mempunyai tujuan, ide dan gagasan yang sama untuk mencapai tujuan yang sama. Komunitas *NET.Good People* Jabodetabek sebagai gabungan para komunitas yang suka terhadap stasiun NET.TV dalam perkembangannya tampil dengan pesan-pesan politik dan bukan politik sebagai salah satu kegiatan komunitas tersebut.

REFERENSI

- Anggraeni, D.S., Siti, K., & Yudhapramesti, P. (2017). *Aktivasi Keterlibatan Publik dalam Program Berita 'NET 10'*. Fakultas Ilmu komunikasi Universitas Padjajaran.
- Ayu, A.M. (2014). *Peran Citizen Journalism dalam Menyajikan Informasi Kepentingan Publik Melalui Media Masa: Studi Kasus NET Citizen Jounaslist*. Universitas Indonesia. Depok
- Arifin, A. (2011). *Komunikasi Politik: Filsafat Paradigma: Teori, Tujuan-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Cangara, H. (2011). *Komunikasi Politik Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dewi, H.L.C. (2018). Creating and Utilizing UGC Through Social Media in Trip Planning, *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 3(1), 45-50.
- Edi, I.R. (2014). Aplikasi Citizen Journalism di Era Konvergensi Media. *Humaniora*, 5(2).
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis: the Critical Study of Language*. London & New York: Longman.
- Firmanzah. (2012). *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Lasica, J. D. (2003). What is Participatory Journalism?, *Online Journalism Review*.
- Lestari, P., Ritonga, R., Ruliana, P., Barus, C.C. (2020). Disaster Communication Uses Field Training Exercise Simulation as an Important Aspect of Disaster Risk Reduction, *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 36(1), 166-186.
- Nasrullah, R. (2012). Komodifikasi Warga dalam Ruang Citizen Journalism. *Kawistara*, 2(2).
- Parahita, G.D. (2019). The Rise of Indonesian Feminist Activism on Social Media. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4(2), 104-115.
- Ritonga, R. (2014). Pertarungan Makna pada Konvensi Parti Demokrat dalam Mencari Calon Presiden Republik Indonesia, *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 30(2), 202-220.
- Ritonga, R., Murwani, E., Ritonga, S. (2017). Gender Awareness of Maria Hartiningsih as Kompas Reporter, *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 2(2), 82-91.
- Saraswati, M.S. (2018). Social Media and the Political Campaign Industry in Indonesia. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 3(1), 51-65.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Surbakti, R. (1997). *Partai, Pemilu dan Demokrasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Yuniarto, T. (2019). Masa Depan Jaringan 5G dan Perilaku Komunikasi Digital. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 2(1), 1-7.