

## Twitter Sebagai Media Propaganda

(Analisis Wacana pada Tweet @TsamaraDKI dan @FaldoMaldini sebagai Media Propaganda Menjelang Pemilihan Presiden 2019)

Sahlan Marzuuqi, Muchamad Yuliyanto

Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Email: [sahlanmarzuuqi.sm@gmail.com](mailto:sahlanmarzuuqi.sm@gmail.com)

### Abstrak/Abstract

Propaganda politik merupakan salah satu cara yang digunakan politikus untuk menggiring sebuah opini maupun isu yang sedang berkembang dalam masyarakat menjelang pemilihan Politik 2019. Tujuan dari propaganda politik tersebut tak lain adalah untuk mendapatkan dukungan dan meraih suara kemenangan dalam sebuah kontestasi politik. Media sosial menjadi salah satu alat yang sering digunakan untuk menyampaikan sebuah propaganda. Platform media sosial twitter menjadi pilihan yang tepat bagi politikus untuk menyampaikan propaganda politik mereka.

Tsamara Amany Alatas dan Faldo Maldini merupakan politikus muda Indonesia yang aktif dalam menggunakan media sosial twitter. Keduanya merupakan bagian dari masing-masing tim kemenangan pasangan calon presiden dan wakil presiden yang maju dalam kontestasi politik tahun 2019. Meskipun pendatang baru, kedua politikus ini memiliki pengaruh dalam kancah politik Indonesia yang cukup kuat didukung dengan keaktifan mereka menggunakan media sosial.

Penelitian ini menggunakan Analisis Wacana yang kemudian setelah dianalisis dikaitkan dengan propaganda politik. Hasil dari penelitian menggunakan analisis wacana dapat diketahui bentuk dan teknik propaganda yang dikeluarkan oleh akun twitter politikus @TsamaraDKI dan @FaldoMaldini menjelang pemilihan presiden dan wakil presiden 2019 yaitu menggunakan teknik propaganda *name calling*, *glittering generalities*, *card stacking*, *plain folks*, *bandwagon technique*, *testimonial*.

**Kata Kunci :** Twitter, Propaganda Politik, Analisis Wacana, Pemilihan Presiden

*Political propaganda is one of the ways that politicians use to bring opinions and issues that are developing in society ahead of the 2019 Political elections. The purpose of political propaganda is none other than to get support and win votes in a political contestation. Social media is one tool that is often used to convey propaganda. Twitter social media platform is the right choice for politicians to convey their political propaganda.*

*Tsamara Amany Alatas and Faldo Maldini are young Indonesian politicians who are active in using social media twitter. Both are part of each winning team of candidates for president and vice president who advanced in political contestation in 2019. Although newcomers, both politicians have influence in the Indonesian political arena which is quite strong supported by their active use of social media.*

*This research uses Discourse Analysis which after analysis is associated with political propaganda. The results of the research using discourse analysis can be seen the forms and propaganda techniques issued by the Twitter account politicians @TsamaraDKI and @*

*FaldoMaldini ahead of the 2019 presidential and vice presidential elections, namely using propaganda techniques of name calling, glittering generalities, card stacking, plain folks, bandwagon techniques, testimonials .*

**Keywords:** *Twitter, Political Propaganda, Discourse Analysis, Presidential Election*

## **PENDAHULUAN**

Propaganda adalah usaha dengan sengaja dan sistematis, untuk membentuk persepsi, memanipulasi pikiran, dan mengarahkan kelakuan untuk mendapatkan reaksi yang diinginkan penyebar propaganda (propagandis). Dapat diketahui bahwa propaganda kadang menyampaikan pesan yang benar, namun seringkali menyesatkan dimana umumnya isi propaganda hanya menyampaikan fakta-fakta pilihan yang dapat menghasilkan pengaruh tertentu, atau lebih menghasilkan reaksi emosional daripada reaksi rasional. Tujuannya adalah untuk mengubah pikiran kognitif narasi subjek dalam kelompok sasaran untuk kepentingan tertentu. Propagandis yang menyampaikan propaganda biasanya memberikan fakta yang menguntungkan dirinya sedangkan fakta menyangkut pemberitaan buruk tentang dirinya atau kelompoknya bisa dengan sengaja disembunyikan. Tujuannya untuk membuat citra diri dan kelompoknya semakin terlihat baik di mata public (Jowett, 2012:165).

Propaganda politik melalui media sosial di era sekarang ini semakin masif karena para politisi dapat dengan mudah, murah dan sederhana tanpa perlu menggunakan surat kabar yang berisi tulisan, poster berlembar-lembar yang memerlukan biaya yang cukup mahal. Penggunaan twitter oleh para politisi maupun partai politik sebagai media baru sangat efektif dalam mewacanakan propaganda politik mereka. Cukup dengan slogan dan kalimat sederhana yang mudah diingat dan dipahami, sebuah propaganda dapat menjangkau masyarakat

lebih cepat dan luas. Melihat potensi banyaknya opini yang timbul di publik yang disebabkan oleh propaganda di media sosial twitter, maka penelitian ini berfokus pada wacana apa saja yang dikeluarkan oleh politikus melalui media sosial twitter pada masa kampanye. Kemudian bentuk propaganda politik apa saja yang politikus Indonesia keluarkan dan bicarakan melalui jejaring sosial twitter.

## **RUMUSAN MASALAH**

Politikus melalui media sosial twitter mengemas pesan sesuai keinginan dan tujuan mereka sehingga masyarakat akan terpengaruh sikap dan perilakunya. Muncul nama-nama politikus yang secara aktif dan vocal dalam menyuarakan pendapat mereka melalui media sosial twitter. Salah satunya yaitu Tsamara Amany (@TsamaraDKI) sebagai cerminan pendukung paslon Jokowi-Amin dan Faldo Maldini (@FaldoMaldini) sebagai pendukung paslon Prabowo-Sandi. Kedua politikus ini merupakan politisi muda yang namanya melejit (*rising star*) berkat media sosial. Politikus muda ini juga sering beradu argumen dan pendapat melalui media sosial twitter. Keduanya sama-sama memanfaatkan media sosial sebagai alat dalam menyampaikan propaganda politik mereka. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti wacana propaganda yang dikeluarkan politisi Tsamara Amany (@TsamaraDKI) dan Faldo Maldini (@FaldoMaldini) melalui akun media sosial mereka menjelang pemilihan presiden 2019. Dengan kata lain, peneliti ingin mengetahui bentuk propaganda yang dilakukan oleh

kedua politikus muda ini melalui akun pribadi media sosial twitter mereka.

## **TUJUAN PENELITIAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk propaganda yang disampaikan politikus Tsamara Amany (@TsamaraDKI) dan Faldo Maldini (@FaldoMaldini) dalam media sosial Twitter menjelang pemilihan presiden dan wakil presiden tahun 2019.

## **KERANGKA TEORI**

### **Paradigma Penelitian**

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Pandangan ini banyak dipengaruhi oleh pemikiran fenomenologi. Aliran ini menolak pandangan positivisme/empirisme dalam analisis wacana yang memisahkan subjek dan objek bahasa. Pandangan konstruktivisme, bahasa tidak lagi hanya dilihat sebagai alat untuk memahami realitas objektif belaka yang dipisahkan dari subjek sebagai penyampai pernyataan. Konstruktivisme justru menganggap bahwa subjek adalah aktor utama atau faktor sentral dalam kegiatan wacana serta hubungan-hubungan sosialnya (Eriyanto, 2009:5).

Subjek memiliki kemampuan melakukan kontrol terhadap maksud-maksud tertentu dalam setiap wacana. Bahasa yang dipahami dalam paradigma ini diatur dan dihidupkan dalam pernyataan-pernyataan yang bertujuan. Setiap pernyataan pada dasarnya adalah penciptaan makna, yakni tindakan pembentukan diri serta pengungkapan jatidiri dari sang pembicara.

### **Media dan Komunikasi Politik**

Internet menawarkan cara yang efektif bagi kandidat untuk berkomunikasi langsung dengan pemilih. Penggunaan internet untuk pemasaran langsung merupakan kombinasi teknologi yang membantu mengintegrasikan strategi pemasaran bagi

politikus. Kandidat mempunyai kesempatan untuk membangun kontak langsung dengan pemilih melalui debat *online* yang dapat dilihat secara *real time*. Ada dua dampak penggunaan internet sebagai alat pemasaran langsung dalam politik secara umum. Pertama, memfasilitasi diskusi ekstensif terhadap isu-isu yang sedang berkembang dalam masyarakat. Kedua, menawarkan kesempatan bagi kandidat untuk menghabiskan lebih banyak waktu menyampaikan ide-ide mereka kepada pemilih. Internet juga memberi kesempatan kepada kandidat untuk mempresentasikan informasi yang sulit dihadirkan pada media lain (Tabroni, 2014:155).

### **Sosial Media Twitter dalam Komunikasi Politik**

Media sosial twitter memiliki karakteristik pergantian topik yang tercermin dari pesan-pesan yang dikirim oleh para penggunanya, twitter menjadi sebuah informasi "*real time*" yang menggambarkan minat dan pemikiran serta perhatian para penggunanya. Sebagai dampaknya, twitter menjadi sumber yang dapat digali lebih jauh untuk melihat perhatian dan minat jutaan penggunanya.

Perkembangan media sosial dalam ranah kehidupan sosial masyarakat lambat laun akan menjadi sesuatu yang tidak terpisahkan dari aktivitas politik. Di Belanda misalnya, media sosial telah mengambil alih fungsi poster dan selebaran. Bahkan, muncul pernyataan, apabila politikus ingin berhasil, setidaknya harus memiliki akun *Twitter*, *Facebook*, atau *Youtube*. Selain itu, sebuah laporan terbaru yang dilansir [rinisid.posterous.com](http://rinisid.posterous.com) menemukan tanda-tanda bahwa jaringan sosial mendorong anak muda untuk terlibat dalam politik (Tabroni, 2012:165). Dampak dari twitter terlihat pada pemilu tahun 2017 Amerika Serikat ketika Donald Trump ikut menggunakan media

sosial sebagai saluran kampanye politik dirinya, salah satunya dengan menggunakan twitter. Bahkan Presiden Joko Widodo juga merasakan dampak penggunaan media sosial saat mencalonkan diri dalam pemilu presiden Indonesia tahun 2014 lalu.

## **Media Sosial Twitter sebagai Alat Propaganda**

Propaganda membutuhkan teknik untuk mencapai sasaran dan tujuan. Dengan adanya teknik maka langkah-langkah kegiatan akan lebih tertata secara sistematis dan optimal serta sangat berkaitan dengan objek sasaran yang dituju. Dalam menghadapi masyarakat yang memiliki kemajemukan dan kemajuan teknologi sekarang ini, maka beberapa kegiatan propaganda membutuhkan teknik yang tepat. Sebuah propaganda yang efektif harus menggunakan teknik yang tepat dengan melihat pada kondisi sasaran, kemampuan propagandis dan lingkungan sosial politik dan budaya masyarakat. Berikut merupakan beberapa teknik propaganda menurut (Nurudin, 2002:30):

### *1. Name Calling*

*Name Calling* adalah propaganda dengan memberikan sebuah ide atau label yang buruk pada individu atau kelompok tertentu. Tujuannya adalah supaya orang menolak ide tertentu tanpa mengoreksinya/memeriksanya terlebih dahulu. Salah satu ciri yang melekat pada teknik ini adalah propagandis menggunakan sebutan-sebutan yang buruk pada lawan yang dituju dengan maksud untuk menjatuhkan atau menurunkan derajat individu atau kelompok tertentu.

### *2. Glittering Generalities*

*Glittering Generalities* adalah mengasosiasikan suatu hal dengan “kata bijak” yang digunakan untuk membuat kelompok tertentu menerima dan menyetujui

hal itu tanpa memeriksanya terlebih dahulu. Teknik ini digunakan propagandis untuk menonjolkan dirinya dengan hal-hal yang bersifat luhur dan agung. Teknik ini dimunculkan untuk mempengaruhi persepsi masyarakat supaya mereka dapat ikut serta mendukung gagasan propagandis.

### *3. Testimonials*

Umumnya teknik ini digunakan untuk kegiatan komersial suatu produk, namun dapat juga digunakan dalam kegiatan politik. *Testimonials* merupakan teknik propaganda yang menggunakan nama seseorang terkemuka yang mempunyai otoritas dan prestise sosial tinggi di dalam menyodorkan dan meyakinkan sesuatu hal dengan jalan menyatakan bahwa tokoh terkemuka tersebut mendukung propagandis.

### *4. Plain Folk*

Teknik propaganda ini adalah propaganda yang menggunakan cara memberi identifikasi terhadap suatu ide. Teknik ini mengidentikkan diri dengan ciri mengabdikan pada khalayak. Sifat “merakyat” sering dimunculkan dalam propaganda ini. Sebagai contoh, Richard Nixon menggunakannya selama menjadi presiden demi melawan tuduhan kasus konspirasi politik *Watergate*. Selama melakukan perjalanan ke Houston, Richard Nixon minum kopi di sebuah kafe kecil dan berinteraksi dengan pelayan, seolah memperlihatkan bahwa Richard Nixon adalah milik dan bagian dari masyarakat kecil.

### *5. Card Stacking*

*Card Stacking* merupakan teknik propaganda yang menyeleksi suatu fakta atau menggunakan sebuah data palsu supaya hanya memperlihatkan sisi baik dari propagandis. Teknik propaganda ini umumnya menggunakan media massa untuk menonjolkan sisi baik propagandis.

## 6. *Bandwagon Technique*

Teknik ini hampir sama dengan *Card Stacking*, namun perbedaan yang ada pada *Bandwagon Technique* adalah bahwa teknik propaganda ini dilakukan dengan mempublikasikan sukses yang dicapai propagandis atau kelompok propagandis secara berlebihan. Teknik ini juga memiliki jangka waktu yang lebih lama. Sebagai contohnya, Partai Golkar pada era kekuasaan Soeharto mempublikasikan keberhasilan sebagai partai yang mencapai pembangunan nasional, sehingga Soeharto diidentikkan dengan Bapak Pembangunan Nasional dan propaganda ini bertahan cukup lama hingga kini.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi deskriptif yang termasuk metode penelitian kualitatif (*Qualitative Research*). Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data, penelitian ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling*, jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari *sampling* lainnya. Disini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data (Kriyantono, 2009: 56).

Penelitian deskriptif adalah untuk menggambarkan tentang karakteristik individu, situasi atau kelompok tertentu, Penelitian deskriptif memaparkan situasi atau peristiwa (Ruslan, 2006:12).

### **Objek Penelitian**

Objek penelitian ini adalah tweet yang dikeluarkan oleh @TsamaraDKI dan @FaldoMaldini. Penelitian ini dapat dari tweet-tweet yang berhubungan pada Pemilihan Umum 2019 oleh @TsamaraDKI

dan @FaldoMaldini selama periode 01 Januari – 31 Maret 2019.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh tweet yang dikeluarkan oleh @TsamaraDKI dan @FaldoMaldini pada periode 01 Januari – 31 Maret 2019. Penarikan populasi ini dilakukan dengan asumsi bahwa pada periode tersebut, isi dari tweet yang dikeluarkan mengacu pada kampanye politik menjelang pemilu 2019. Dengan melakukan observasi selama periode tersebut, maka peneliti dapat mendeskripsikan propaganda yang dikeluarkan politikus Tsamara Amany Alatas dan Faldo Maldini menjelang kontestasi pemilihan umum 2019.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu dengan mengumpulkan dokumentasi tweet-tweet yang diposting oleh akun twitter politikus Tsamara Amany (@TsamaraDKI) dan Faldo Maldini (@FaldoMaldini). Peneliti ingin menggambarkan atau menjelaskan fakta-fakta yang ada sesuai dengan tweet yang dikeluarkan oleh objek penelitian. Penelitian deskriptif kualitatif berusaha mendeskripsikan atau melukiskan objek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.

Teknik seperti ini digunakan untuk mencari data yang berkaitan dengan penelitian yang diteliti. Ada dua sumber data yang akan digunakan penulis dalam penelitiannya, yaitu data primer dan data sekunder (Bungin, 2001:129) :

- a. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh dari dokumentasi tweet-tweet akun pribadi Tsamara Amany (@TsamaraDKI) dan Faldo Maldini (@FaldoMaldini) periode 01 Februari 2019 sampai dengan 31 Maret 2019.

- b. Data sekunder merupakan sumber data tambahan yang digunakan peneliti. Sumber data ini berkaitan dengan teori-teori seperti teks, buku, jurnal, majalah, sebagai tambahan data serta pendukung pendukung analisis dalam penelitiannya.

### **Analisis Wacana dan Penafsiran Teks**

Analisis wacana merupakan salah satu cara mempelajari makna pesan sebagai alternatif lain akibat keterbatasan dari analisis isi. Secara teoritis memiliki prinsip yang hampir sama dengan beberapa pendekatan metodologis, seperti analisis struktural, pendekatan dekonstruksionisme, interaksi simbolis dan hermeneutika, yang semuanya lebih menekankan pada pengungkapan makna yang tersembunyi. Sebenarnya, teori wacana dalam tradisi filsafat sudah sangat tua. Aristoteles pernah membahasnya secara teliti dalam karyanya *Interpretatione*. Teori wacana menjadi aktual lagi dalam diskusi filsafat kontemporer dengan munculnya strukturalisme yang berpendapat bahwa arti bahasa tidak tergantung dari maksud pembicara atau pendengar ataupun dari referensinya pada kenyataan tertentu, arti tergantung pada struktur bahasa itu sendiri. Yang dimaksud struktur disini ialah jaringan hubungan intern elemen-elemen terkecil bahasa yang membentuk suatu kesatuan otonom yang tertutup (Kleden dalam Sobur, 2002:47).

Sebuah tulisan adalah sebuah wacana. Tetapi apa yang dinamakan wacana, tidak perlu hanya yang tertulis seperti diterangkan dalam kamus Websters, sebuah pidato pun adalah wacana juga. Jadi kita mengenal wacana lisan dan wacana tulis. Wacana mencakup tidak hanya percakapan atau obrolan, tetapi juga pembicaraan di tempat umum, tulisan, serta upaya-upaya formal seperti laporan ilmiah dan sandiwara atau

lakon (Tarigan dalam Sobur, 2002:10). Untuk dapat mengungkapkan makna, perlu dibedakan beberapa pengertian antara:1) Terjemah, 2) Tafsir, 3) Ekstrapolasi, dan 4) Pemaknaan.

Menurut Muhadjir (dalam Bungin, 2012: 201), terjemah merupakan upaya mengemukakan materi atau substansi yang sama dengan media yang berbeda, media tersebut mungkin berupa bahasa yang satu ke bahasa yang lain, dari verbal ke gambar dan sebagainya. Pada penafsiran tetap berpegang pada materi yang ada, dicari latar belakangnya, konteksnya agar dapat dikemukakan konsep atau gagasan lebih jelas. Ekstrapolasi lebih menekankan pada kemampuan daya pikir manusia untuk menangkap hal dibalik yang tersajikan. Sedangkan memberikan makna merupakan upaya lebih jauh dari penafsiran, dan mempunyai kesejajaran dengan ekstrapolasi. Pemaknaan lebih menuntut kemampuan integratif manusia.

### **Hasil Analisis Teks (*Text Analysis*)**

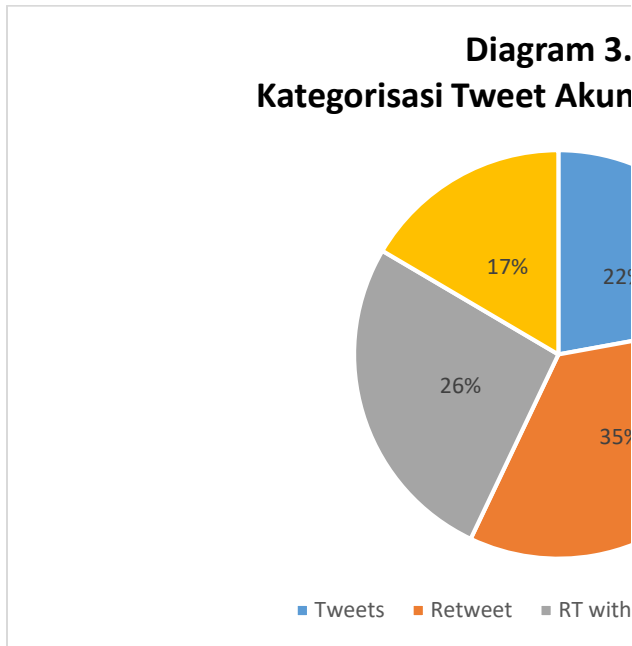
*Text Analysis* merupakan tahapan pertama dalam analisis wacana kritis model Fairclough. Norman Fairclough melihat pemakaian bahasa tutur dan tulisan sebagai praktik sosial. Praktik sosial dalam analisis wacana dipandang menyebabkan hubungan yang saling berkaitan antara struktur sosial dan proses produksi wacana. Dalam memahami wacana (naskah/teks) kita tak dapat melepaskan dari konteksnya, Sehingga tahapan pertama, kedua, dan ketiga sangat berkaitan karena untuk menemukan realitas di balik teks diperlukan penelusuran atas konteks produksi teks, konsumsi teks, dan aspek sosial budaya yang mempengaruhi pembuatan teks.

Peneliti melakukan analisis teks yang dikeluarkan oleh akun @TsamaraDKI dan @FaldoMaldini pada periode 01 Maret sampai dengan 30 April 2019. Menjelang pemilihan presiden pada 17 April 2019, kedua akun ini akan semakin aktif untuk

berusaha mendapatkan perhatian dari khalayak guna mencapai tujuan mereka.

### 3.1.1 Analysis Text Akun @TsamaraDKI

Peneliti mendokumentasikan tweet-tweet yang dikeluarkan oleh akun @TsamaraDKI selama periode 01 Maret – 30 April, hasilnya sebagai berikut :



Melalui kategorisasi tweet peneliti mendokumentasikan tweet dalam akun @TsamaraDKI selama periode yang ditentukan, hasil yang di dapatkan yakni Tsamara mengeluarkan sebanyak 375 tweets. Cuitan @TsamaraDKI terbagi menjadi 4 kategorisasi tweet yaitu Tweet 22% (83), Retweet 35% (131), RT with Comment 26% (99), Reply 17% (62).

Tsamara memiliki *followers* sebanyak 206.000 pengguna twitter dan rata-rata mengeluarkan 6 tweet setiap harinya. Akun twitter pribadinya ini berisikan berbagai macam isi, salah satunya digunakan untuk kampanye dirinya sendiri dalam rangka menjadi calon legislatif sebagai caleg DPR RI Dapil DKI II (Jakarta Selatan, Jakarta Pusat, dan Luar Negeri) melalui

Partai Solidaritas Indonesia (PSI). Sebagai anggota tim TKN Jokowi-Amin, Tsamara juga menggunakan twitter nya untuk mendukung dan mengkampanye kan pasangan Jokowi-Amin untuk meraih kemenangan dalam pemilu nanti. Tidak hanya itu, Tsamara juga sering menyampaikan kritikan melalui twitter nya kepada pihak oposisi, ataupun bahkan kepada DPR RI yang dianggapnya memiliki kinerja yang kurang maksimal.

**Gambar 3.1**



(**Gambar 3.1**) menunjukkan salah satu tweet dari @TsamaraDKI yang di unggah pada tanggal 22 Maret bahwa Tsamara dan PSI berani berinovasi untuk tidak segan memecat anggota-anggota DPR yang dianggap tidak becus dan akan memastikan anggota dewan dari mereka wajib lapor kinerja setiap saat. Hal ini mendapatkan respon yang cukup banyak dari *netizen* dengan jumlah 224 reply, 441 retweet, 1456 like. Tanggapan dari netizen banyak yang setuju dengan inovasi yang diusulkan oleh PSI, karena sebagai partai pendatang baru PSI harus bisa mendapatkan hati dan suara di masyarakat. Terdapat respon negatif yang cukup banyak terhadap postingan ini



bahwa Tsamara dan PSI hanya mencari sensasi dan panggung saja.

Komentar positif dan negatif memang selalu hadir dalam setiap wacana dan opini yang dikeluarkan oleh Tsamara dalam twitternya, hal ini justru membuat nama Tsamara akan semakin di kenal oleh masyarakat berkat memanfaatkan adanya media sosial. Meskipun sering mendapat respon dan juga kritikan, terkadang Tsamara akan langsung memberikan tanggapan langsung kepada *followers* nya.

### Gambar 3.2



Terlihat dalam (**Gambar 3.2**) diatas merupakan tanggapan dirinya atas komentar yang diberikan oleh *followers* nya bahwa Tsamara harus memberikan contoh dan *statement* yang baik bagi masyarakat. Hal ini di sebabkan oleh tweet Tsamara sebelumnya yang mengatakan jika program Cawapres Sandiaga Uno berkata bohong jika program OK OCE miliknya mampu menurunkan pengangguran sebanyak 20.000 orang. Tsamara menegaskan bahwa *statement* yang dikeluarkan oleh Sandiaga Uno dalam debat cawapres adalah sebuah kebohongan publik dan kita harus mengedukasi warga bahwa hal tersebut merupakan kebohongan.

Jawaban dengan menggunakan tipe tweet *RT with comment* yang diberikan Tsamara ini mendapatkan respon 172 Reply, 159 Retweet, dan 547 Likes dari netizen. Komentar beragam pun muncul kembali dalam cuitan yang dikeluarkan ini, sebagian besar berisi tanggapan negatif yang berasal dari pendukung cawapres 02. Hinaan dan makian didapatkan Tsamara di karenakan cuitan ini, namun juga Tsamara mendapatkan dukungan dan seruan tentang apa yang ia tuliskan. Tidak terdapat komentar netral yang diberikan oleh netizen, namun sudah jelas komentar yang muncul adalah sebuah komentar dukungan kepada salah satu paslon dengan argumen yang dimilikinya.

Penggunaan teks dan bahasa dalam akun @TsamaraDKI lebih banyak menggunakan bahasa non-formil yang dimaksudkan untuk merepresentasikan kesan santai dan menarik perhatian kaum muda. Peneliti menemukan bahwa beberapa tweet dari @TsamaraDKI menggunakan kata “Bro/Sis” yang memiliki arti panggilan bagi para anak-anak muda kaum *milenial* sekarang ini. Tsamara juga menampilkan tweets yang ringan dan mudah dimengerti untuk *followers* dirinya, sehingga sering terjadi interaksi yang dilakukan. Tidak jarang Tsamara menambahkan *emoticon* dalam teks untuk membuat sebuah postingan atau tanggapan pada tweet yang lain.

Ketika menyampaikan kritikan dan gagasan, Tsamara biasa secara lugas dan terang-terangan. Seperti contoh pada gambar 3.1 dan 3.2 , dalam isi tweet dirinya dia tujukan secara langsung kepada DPR dan Sandiaga Uno. Ini menunjukkan jika Tsamara Amany dalam akun twitter miliknya merupakan sosok yang kritis dan berani.

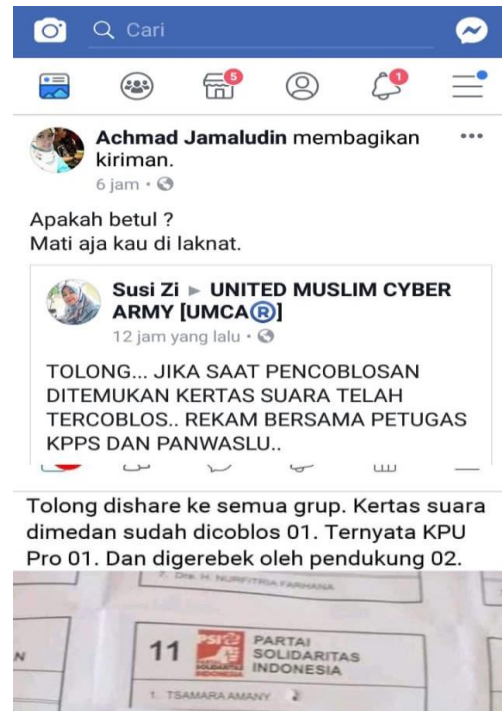
Tsamara Amany dalam twitter cenderung akan memposting hal-hal yang dianggapnya sedang ramai diperbincangkan dalam masyarakat. Realitas dan fakta yang



berada dalam masyarakat akan di tangkap dan diungkapkan secara langsung melalui tweet dan akan dikeluarkan pada waktu itu juga. Hal tersebut ditujukan agar tweet yang dikeluarkan merupakan bentuk respon dirinya terhadap apa yang sedang terjadi dalam masyarakat. Unsur faktualitas dan latar belakang suatu masalah yang terjadi dalam masyarakat sangat diperhatikan oleh akun @TsamaraDKI.

Contoh yang bisa ditunjukkan oleh peneliti dalam dokumentasi tweet-tweet akun @TsamaraDKI yaitu pada saat tim mereka diserang sebuah *hoax* tentang surat suara yang sudah tercoblos.

**Gambar 3.5**



Sebuah *hoax* yang ditanggapi oleh @TsamaraDKI secara langsung ini berisikan bahwa kertas suara di Kota Medan yang telah tercoblos pasangan 01 , dan dalam *hoax* tersebut mengatakan jika KPU pro terhadap pasangan 01. Tanggapan yang santai dan bernada candaan dikeluarkan oleh @TsamaraDKI terhadap berita tersebut. Tsamara merasa aneh dan bingung mengapa *hoax* yang menyebutkan terjadi di Kota Medan tersebut terdapat nama dirinya sebagai caleg PSI disana, padahal Tsamara Amany sendiri merupakan calon legislatif DPR Dapil II Jakarta, bukan berasal dari Medan.

Tweet yang dikeluarkan pada tanggal 26 Maret ini 324 Reply , 894 Retweet , dan 1318 likes dari pengguna twitter. Netizen yang menanggapi tweet ini juga merasa terhibur dan tertawa mengetahui berita tersebut. Candaan dan gurauan justru ditunjukkan untuk menanggapi tweet dari @TsamaraDKI tersebut.

**Gambar 3.6**



Selain menanggapi *hoax* yang menyerang kubu Jokowi, Tsamara juga ikut berkomentar mengenai kasus korupsi ketua umum Partai Persatuan Pembangunan (PPP) Romahurmuziy yang tertangkap OTT suap jabatan dalam kementerian agama yang sedang hangat diperbincangkan masyarakat. Romahurmuziy yang juga merupakan pendukung Jokowi justru tertangkap oleh KPK menjelang pemilihan presiden yang akan berlangsung, hal ini ditanggapi oleh Tsamara melalui tweet dirinya mengatakan akan mendukung terus upaya KPK memerangi korupsi terhadap siapapun pelaku korupsi. Tambahan Tsamara mengatakan bahwa dalam era Jokowi siapapun yang melakukan tindakan korupsi bisa masuk bui.

Tweet yang menampilkan link berita ini justru seharusnya merugikan kubu pendukung Jokowi-Amin, hal ini dikarenakan Romahurmuziy merupakan seorang ketua umum partai PPP yang merupakan bagian koalisi dari TKN. Akan tetapi Tsamara tidak serta merta diam dengan berita tersebut dan berusaha untuk memberikan tanggapan yang aman dan tepat terhadap kasus tersebut. Tweet ini lah yang

membuka peluang terhadap lawan-lawan politik untuk menyerang kubu Jokowi, tanggapan yang berisi komentar negatif hampir memenuhi seluruh reply dari tweet tersebut.

Melihat dari tweet yang dikeluarkan oleh @TsamaraDKI dapat dikatakan jika Tsamara selalu memberikan tanggapan dalam tweet nya ketika sedang terjadi perbincangan yang hangat dalam masyarakat. Tidak lupa Tsamara akan menampilkan fakta dan data pendukung seperti *link* berita, foto dan video sesuai wacana yang akan di sampaikan melalui tweet dirinya

Hampir dalam setiap tweet dari akun @TsamaraDKI mendapatkan respon dari netizen dan masyarakat, hal ini dikarenakan situasi politik menjelang pemilihan presiden yang semakin panas dan rawan gesekan. Para pendukung dari kedua pasangan calon akan semakin aktif lagi dalam menyampaikan maksud tujuan mereka melalui media sosial khususnya twitter. Begitu pula @TsamaraDKI yang memanfaatkan twitter pribadi miliknya sebagai sarana untuk kampanye dan media penyampai propaganda yang baik menjelang pilihan presiden di bulan April 2019.

**Gambar 3.10**



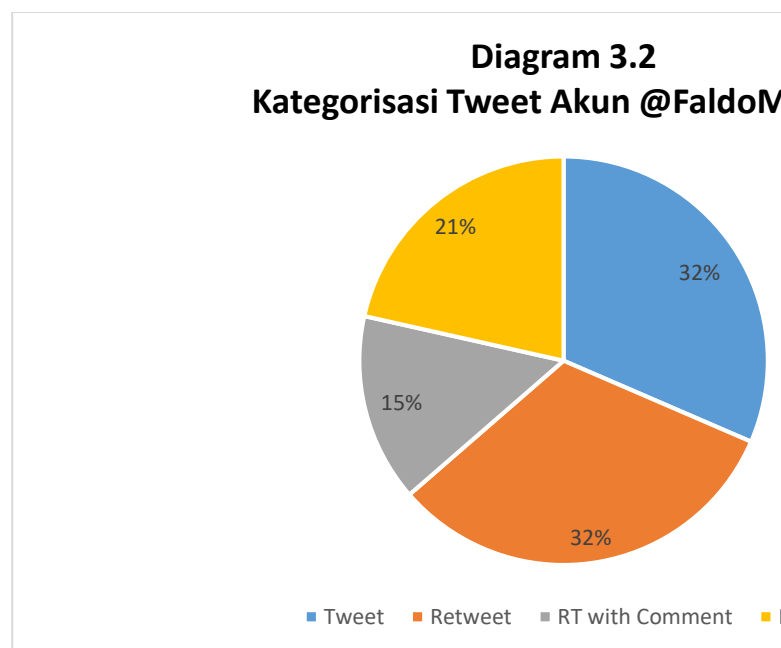
Tweet berisi video yang di unggah pada tanggal 13 April 2019 ini mendapatkan respon dari netizen sebanyak 443 Reply, 1524 Retweet, dan 5797 Likes dengan penayangan video lebih dari 148.000. Tweet ini merupakan rangkaian acara kampanye akbar dari TKN yang juga acara pamungkas sebelum masa tenang kampanye. Pada acara tersebut dihadiri puluhan ribu pendukung Jokowi-Amin yang menyerukan agar Jokowi bisa menjadi presiden Indonesia satu periode lagi. Tsamara dan partai PSI turut hadir dan memeriahkan acara kampanye akbar yang di selenggarakan di Gelora Bung Karno (GBK). Tsamara bangga dan mendukung Jokowi dalam bekerja keras melanjutkan pembangunan dan membawa perubahan yang baik bagi Indonesia.

Tsamara ingin menciptakan suasana emosional bagi para pendukung Jokowi-Amin dan dirinya, dengan ajakan melalui hastag [#KonserPutihBerSATU](#) dan [#BarengJokowi](#). Setelah kampanye tersebut harapan Tsamara agar Jokowi dapat memenangkan kembali menjadi presiden pilihan masyarakat Indonesia kedepannya. Respon terhadap tweet tersebut juga mendapatkan banyak dukungan dari para

masyarakat dan merasa kagum terhadap keramaian dan gemuruh yang diciptakan dalam acara tersebut.

### 3.1.2 Analysis Text Akun @FaldoMaldini

Peneliti mendokumentasikan tweet-tweet yang dikeluarkan oleh akun @FaldoMaldini selama periode 01 Maret – 30 April, hasilnya sebagai berikut :



Peneliti telah mendokumentasikan tweet dalam akun @FaldoMaldini selama periode yang sudah ditentukan, hasil yang di dapatkan yakni Faldo Maldini mengeluarkan sebanyak 470 tweets selama 2 bulan. Tweet dari @FaldoMaldini terbagi menjadi 4 kategorisasi tweet yaitu Tweet 32% (148), Retweet 32% (151), RT with Comment 15% (70), Reply 21% (101). Susunan kategorisasi nya hampir mirip dengan @TsamaraDKI dimana jumlah tweet dan retweet yang mendominasi jenis tweet yang dikeluarkan dari kedua akun ini.

Faldo terhitung memiliki sekitar 158.000 pengguna aktif dan memiliki rata-rata 7 tweet yang dikeluarkan setiap harinya. Akun @FaldoMaldini milik pribadinya ini terdiri berbagai macam isi yang hampir sama dengan akun @TsamaraDKI. Perbedaannya yaitu akun @FaldoMaldini berisi kritikan dan masukan kepada pemerintah atau disini kubu Joko Widodo sebagai petahana dan lawan politiknya, kampanye pribadi sebagai calon legislatif DPR RI dapil Jawa Barat V Kabupaten Bogor, dan juga dukungan yang diberikan kepada Prabowo-Sandi sebagai bagian dari Badan Pemenangan Nasional (BPN).

Wacana dan pernyataan yang dikeluarkan Faldo dalam cuitannya sebagian besar merupakan kritik yang diarahkan kepada pemerintahan sekarang ini. Hal ini tentu memiliki respon yang cukup banyak dari netizen dan pengikutnya.

**Gambar 3.3**



Melihat (**Gambar 3.3**) Faldo Maldini terkesan mengungkapkan kekesalan dalam tweet tersebut. Cuitan yang dikeluarkan pada 24 Maret ini memiliki respon yang sangat ramai dari *netizen* yaitu sebanyak 259 jumlah Reply, 969 Retweet, dan 3338 Likes. Tweet ini mendapatkan respon yang senada dengan

para pendukung Prabowo-Sandi dengan semua argumentasi yang dibentuk. Faldo yang menganggap kubu TKN yang diberi sebutan “Sontoloyo”, “Gendruwo” dan dianggap “nge gas” atau menurutnya selalu menggebu-gebu dalam menanggapi serangan, kritikan, dan masukan yang ditujukan kepada pasangan Jokowi-Amin. Tanggapan dari netizen seperti tersuarakan menjadi satu dengan menganggap pemerintahan sekarang ini banyak kekurangan dan harus dilawan. Tidak lupa, Faldo menambahkan hastag #02aja dan #PilihPAN yang merupakan seruan dan dukungan kepada Prabowo-Sandi dan Partai Amanat Nasional (PAN).

Faldo juga membagikan kegiatan sehari-hari dan kampanye dirinya dalam twitter. Setiap kegiatan kampanye politik nya Faldo sering blusukan dan terjun ke dapil yang berada di Kabupaten Bogor dengan mendengar masukan dan harapan yang disampaikan oleh masyarakat secara langsung. Faldo membagi kegiatannya dengan menambahkan foto-foto kegiatan melalui *tweetpic* untuk menambahkan semangat para pendukungnya.

Tweet yang dikeluarkan @FaldoMaldini juga sering bersinggungan dengan politikus lain atau mungkin dengan lawan politiknya. Faldo memanfaatkan twitter sebagai sarana penting dalam kampanye dirinya. Tanggapan dan respon positif ataupun negatif dari netizen sering di dapatkan dalam setiap tweet yang di keluarkan oleh Faldo.

**Gambar 3.4**





Melihat (**Gambar 3.4**) Faldo berargumentasi dengan politikus senior Budiman Sudjatmiko membahas *people power* yang dimaksud oleh Amien Rais. Budiman memperingatkan kepada Faldo bahwa pada zaman dahulu Budiman dan kawan-kawannya memperjuangkan demokrasi di Indonesia dengan bertumpah darah seperti halnya pada kerusuhan Mei 98. Budiman Sudjatmiko tidak ingin peristiwa tersebut terulang kembali di Indonesia hanya karena isu-isu yang dibuat oleh para *elite* politik yang memiliki tujuan tertentu dalam politik Indonesia kedepannya.

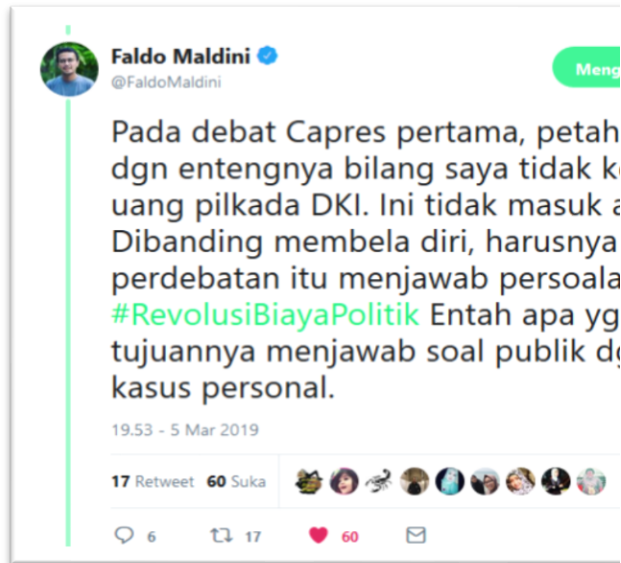
Teks dan bahasa yang digunakan dalam akun @FaldoMaldini merupakan bahasa yang non-formil. Faldo biasa menggunakan bahasa santai yang digunakan masyarakat setiap hari agar tweets yang dikeluarkan dapat dan mudah dipahami. Bahasa yang tegas dan berani menunjukkan kritikan menjadi ciri khas dari isi teks twitter faldo. Sehingga banyak sekali respon dan tanggapan keras dari *followers* nya atau dari pendukung lawan politiknya. Faldo kerap mendapatkan tanggapan dari pendukung Jokowi-Amin yang paling terkenal yaitu dengan Budiman Sudjatmiko, Adie MS, dan Arie Kriting.

Melihat tipe teks dan bahasa yang digunakan Faldo merupakan bahasa yang tegas dan cukup keras. Hal ini menyebabkan akun @FaldoMaldini sering berurusan dengan lawan pendukungnya, bahkan dalam tweet, Faldo menyebutkan bahwa akun twitter miliknya berusaha di *hack* atau disalahgunakan oleh orang yang tidak bertanggung jawab. Selain itu, tweet dari @FaldoMaldini memberikan semangat dan seruan kepada para pendukungnya untuk berjuang lebih keras lagi.

@FaldoMaldini pada setiap kesempatan akan membagikan foto dan video dalam tweet yang akan disampaikan. Faldo yang melakukan kampanye secara blusukan akan datang langsung dan membagikan foto-foto kegiatan dirinya melalui twitter. Melalui hal tersebut Faldo berusaha mendapatkan dukungan dan masukan dari para pendukungnya baik di lapangan maupun melalui media sosial.

Keluhan dan harapan yang disampaikan oleh masyarakat akan digunakan Faldo untuk membuat sebuah tweet. Terkadang Faldo harus bertentangan dengan pengguna twitter yang lainnya karena tweet yang dikeluarkan oleh @FaldoMaldini sering menimbulkan kontroversi dan menimbulkan banyak opini dalam masyarakat. Selain tweet yang menyebutkan kubu lawan adalah “Sontoloyo” dan “Gendruwo”, peneliti menemukan tweet yang lainnya.

**Gambar 3.7**



Tweet yang dikeluarkan berawal dari debat pilpres yang telah berlangsung, Faldo memberikan komentar dirinya bahwa petahana yang dimaksud disini adalah Jokowi dengan entengnya bilang tidak mengeluarkan uang dalam pilkada DKI, hal tersebut dianggap tidak masuk akal oleh Faldo. Beberapa tweet yang serupa juga disampaikan oleh Faldo mengenai biaya politik di Indonesia yang cukup mahal, dan seharusnya dilakukan transformasi politik untuk mengurangi biaya yang harus ditanggung bagi para politikus supaya tidak menyebabkan rasa ingin mengembalikan biaya politik yang dikeluarkan ketika nantinya dapat menjadi pejabat publik kedepannya. Faldo menyampaikan tweet ini berdasarkan realitas dan kenyataan yang terjadi dalam dunia politik Indonesia yang sedang dia alami.

**Gambar 3.8**



Faldo Maldini sebagai bagian dari tim pemenangan BPN berusaha menanggapi berita yang menyudutkan kubu Prabowo dengan opini dari Menteri Perdagangan Enggartiaso Lukita yang mengajak seluruh kader dan simpatisan partai untuk tidak memilih pemimpin yang tidak bisa menjadi pemimpin di keluarganya. Hal tersebut dianggap Faldo Maldini sebagai sebuah hinaan dan kedzoliman dari seorang pejabat publik karena menyerang pribadi Prabowo Subianto. Faldo menjelaskan bahwa Prabowo akan didampingi pendukung emak-emak yang menginginkan perubahan di negri ini.

Karakteristik dan isi tweet dari @FaldoMaldini yang kritis dan tegas menjadi ciri khas dirinya dalam menggunakan twitter. Faldo Maldini merasa masih banyak kekurangan yang dilakukan oleh pemerintah dan situasi sekarang yang terjadi di Indonesia harus secepatnya diperbaiki. Tidak ada acara lain selain melakukan perubahan dengan mengganti sistem yang ada di Indonesia melalui pemilihan presiden 2019. Pola dan bentuk tweet yang disampaikan oleh Faldo Maldini memang dikarenakan melihat ketidakadilan yang terjadi dalam masyarakat dan kritik terhadap pemerintah. Isi dalam twitter @FaldoMaldini berkaitan dengan keadaan sosial yang sedang terjadi dan

pengaruhnya kepada masyarakat. Akun twitter pribadi Faldo lebih menekankan suara dan masukan dari masyarakat secara langsung. Tidak hanya itu, Faldo juga kerap mengkritisi kebijakan-kebijakan pemerintah yang dirasa tidak maksimal dijalankan oleh masyarakat. Peneliti menemukan kritik yang disampaikan Faldo melalui tweet dirinya kepada Jokowi melalui pernyataan Jokowi yang kesal karena Neraca Perdagangan Indonesia tekor. Selain itu, Faldo Maldini juga melakukan kampanye dan dukungan penuh terhadap Prabowo-Sandi.

**Gambar 3.11**



Ditunjukkan dalam tweet 27 Maret yang dikeluarkan, Faldo mengikuti kampanye akbar yang dilakukan Sandiaga Uno di Kota Sorong, Papua Barat. Kampanye politik yang dihadiri simpatisan massa pendukung Prabowo-Sandi ini terlihat antusiasme yang sangat tinggi. Tweet ini mendapatkan respon sebanyak 377 reply, 2134 retweet 7532 likes dari khalayak. Twitter digunakan Faldo sebagai salah satu alat pergerakan massa, tidak hanya dalam seruan kampanye terhadap Prabowo-Sandi ajakan untuk mendukung dan

mengikuti kampanye terhadap dirinya juga selalu disampaikan ketika Faldo akan melakukan blusukan kampanye ke daerah pilihannya.

## PENUTUP

Penutup dari kajian tentang penelitian mengenai Twitter sebagai propaganda Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh peneliti terhadap isi twitter dari politikus Tsamara Amany Alatas dan Faldo Maldini menjelang pemilihan presiden 2019, kedua politisi ini menerapkan teknik-teknik propaganda. Enam teknik propaganda tersebut yakni *name calling*, *glittering of generalities*, *card stacking*, *plain folks*, *band wagon*, dan *testimonial*. Teknik-teknik itu dikemas dalam *tweet-tweet* yang telah tersusun dalam strategi. Kedua politisi muda ini masing-masing memiliki peran dan posisi yang penting dalam bagian dari salah satu tim kemenangan calon presiden dan wakil presiden 2019. Tsamara Amany Alatas menjadi juru bicara dari tim kampanye nasional (TKN) pasangan Joko Widodo-Ma'ruf Amin, dan Faldo Maldini juga menjadi juru bicara dari tim badan pemenangan nasional (BPN) pasangan Prabowo Subianto-Sandiaga Salahudin Uno.

## Kesimpulan

1. Hasil analisis teks yaitu pada penggunaan bahasa baik dari akun @TsamaraDKI dan @FaldoMaldini selama periode 1 Maret -30 April 2019, peneliti melihat ada beberapa bahasa non-formil yang dimaksudkan agar terjalin hubungan yang lebih santai dan mudah diterima oleh *followers*. Hal ini memberikan representasi tersendiri bagi publik, dengan pilihan kata yang tepat dan tidak kaku menghasilkan respons dan interaksi yang baik apalagi melihat situasi politik yang semakin memanas menjelang pemilihan presiden dan



wakil presiden 2019 sehingga publik diharapkan akan merasa nyaman terhadap wacana yang dikeluarkan oleh @TsamaraDKI dan @FaldoMaldini dalam praktek kewacanaan menunjukkan adanya penguatan argumentasi yang dikeluarkan oleh @TsamaraDKI dan @FaldoMaldini dengan adanya penguatan berdasarkan data dan fakta yang juga dicantumkan biasanya berupa link untuk dibuka oleh followers tentang penguatan akan propaganda politik mereka yang berusaha disampaikan menjelang pesta politik 2019. Aspek sosial dalam tweet-tweet politikus ini menunjukkan tweet-tweet yang disampaikan merupakan hasil implementasi dan merupakan bentuk suara dari masyarakat yang tidak dapat *speak up* mengenai pandangan mereka terhadap situasi politik menjelang pemilihan presiden dan wakil presiden 2019. Akan tetapi, masyarakat disini seakan telah terbagi menjadi dua pendukung sehingga terdapat maksud dengan tujuan akhir untuk memenangkan salah satu calon yang menjadi pilihan mereka.

2. Propaganda tidak bisa digolongkan menjadi propaganda yang benar atau propaganda yang salah. Propagandis sendiri yaitu @TsamaraDKI dan @FaldoMaldini terlihat sangat hati-hati dalam mengeluarkan dan menyampaikan sebuah tweet, hampir semua tweet yang memiliki teknik propaganda mendapatkan *respons* dari netizen yang sangat keras dan *tendensius* yang peneliti tampilkan pada pembahasan sebelumnya. Selama periode penelitian 1 Maret-30 April 2019 peneliti menemukan teknik-teknik propaganda yang dimasukkan dalam sebuah tweet baik

dari @TsamaraDKI dan @FaldoMaldini. Teknik propaganda tersebut yaitu *name calling, glittering generalities, plain folk, card stacking, bandwagon technique,* dan *testimonial*. Kedua politikus muda ini sudah memanfaatkan strategi *new media* dengan baik terbukti pada setiap *platform* media sosial mereka gunakan sebagai sarana kampanye dan khusus pada twitter digunakan lebih *intens* dan diharapkan mampu mendapatkan *vote getter* dari jejaring sosial tersebut. Kedekatan dengan khalayak dan jangkauan luas yang diberikan oleh *platform* twitter menjadikan jejaring sosial ini sebagai media propaganda yang dapat dimanfaatkan oleh para politikus. Sehingga menjelang pesta demokrasi terbesar di Indonesia pada 2019 ini politikus seperti Tsamara Amany Alatas dan Faldo Maldini yang tergabung dalam tim kemenangan salah satu paslon akan berusaha untuk memberikan wacana maupun propaganda politik mereka sebagai respon terhadap opini maupun isu yang sedang berkembang dalam masyarakat.

3. *Platform* media sosial twitter merupakan media untuk menyampaikan propaganda yang baik. Twitter memiliki kekuatan dan kelebihan sendiri yang membedakan dengan *platform* lain, yaitu dengan kecepatan penyampaian informasi dan target yang luas twitter dapat menjadi senjata yang bagus bagi para politikus untuk menyampaikan propaganda politik mereka. Tetapi kekurangan dari *platform* ini adalah dari segi filter dan batasan yang tidak ada sehingga semua orang mungkin dapat sesuka hati dan sebebaskan pemikirannya sehingga dapat

berkomentar sesuai apa yang diinginkan. Hal tersebut berakibat menjamurnya akun *buzzer* dan anonim yang secara mudah dibuat oleh seseorang dengan tujuan dan maksud tertentu.

### Saran

1. Tsamara Amany Alatas dan Faldo Maldini sebagai politikus muda harus memperhatikan etika komunikasi dalam penggunaan *new media* baik *Twitter*, *Facebook*, *Blog*, dan media lain sebagai terobosan baru untuk berkampanye atau melancarkan propaganda. Tentunya etika komunikasi yang dimaksud bertujuan agar proses Pemilu dan pesta demokrasi terjadi persaingan yang sehat dan tidak saling menjatuhkan calon satu dengan calon lainnya.
2. Masyarakat terutama pengguna media sosial twitter harus bersikap dewasa dalam menanggapi situasi politik yang sedang terjadi apalagi menjelang pemilihan presiden dan wakil presiden serta pesta demokrasi yang berlangsung. Dukungan terhadap pasangan calon juga jangan berlebihan yang menghiraukan etika dan norma yang berlaku dalam masyarakat. Hal ini terlihat dalam setiap balasan dari tweet yang dikeluarkan @TsamaraDKI dan @FaldoMaldini dimana selalu terdapat akun yang mendukung atau menolak dengan keras disertai penggunaan bahasa negatif terhadap wacana yang dikeluarkan oleh @TsamaraDKI dan @FaldoMaldini bertujuan untuk membela dan mendukung salah satu paslon.
3. Literasi media dan pendidikan

politik kepada masyarakat harus tetap ditumbuhkan karena masih banyak khalayak yang mudah terprovokasi oleh oknum tertentu yang menginginkan perpecahan dalam masyarakat. Hal ini berdasarkan *reply* terhadap tweet yang dikeluarkan @TsamaraDKI dan @FaldoMaldini sebagian besar merupakan akun *buzzer* mendukung lawan politik salah satu calon yang diketahui hanya aktif menjelang pemilihan presiden. Pendidikan politik menjadi hal yang penting agar masyarakat harus melek politik dan memiliki pengetahuan politik yang cukup sehingga masyarakat tidak mudah terpengaruh akan wacana dalam masyarakat yang belum tentu benar dan dapat merusak demokrasi di Indonesia.

### DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. (2003). *Komunikasi Poitik : Paradigma Teori Aplikasi Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Jakarta. PT. Balai Pustaka
- Arifin, Anwar. (2014). *Politik Pencitraan Pencitraan Politik*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Arikunto, Suharismi. (2003). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bungin, Burhan. (2012). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Bungin, Burhan (2001) *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta:Gajah Mada Press

Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Eriyanto. (2007). *Analisis Framing : Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LkiS

Eriyanto. (2009). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LkiS

Kriyantono, Rachmat. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Malang: Prenada Media Group.

Jalaluddin, Rakhmat. (1994). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Jowett, Garth S. dan O'Donnell, Victoria (2006). *Propaganda and Persuasion* edisi ke-4. Thousand Oaks: CA: Sage

McNair, Brian. (2016). *Pengantar Komunikasi Politik*. Bandung: Nusa Media

Mc Quail, Dennis. (1994). *Teori Komunikasi Massa Edisi Kedua*. Jakarta: Erlangga

Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Nurudin. 2002. *Komunikasi Propaganda*, Cet.2. Bandung: Remaja Rosdakarya

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfa Beta

Tabroni, Roni. (2014). *Marketing Politik: Media dan Pencitraan di Era Multipartai*. Yogyakarta: Graha Ilmu