

Dekoding Legislatif FPSB UII Terhadap Pemberitaan Negatif Capres 2019

di Media Sosial



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya
Univeritas Islam Indonesia**

Oleh

ILHAM BUDI LAKSONO

13321150

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi

Dekoding Legislatif FPSB UII Terhadap Pemberitaan Negatif Capres 2019 di Media Sosial



Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan di hadapan tim penguji skripsi

Tanggal: 23 Oktober 2020 Dosen Pembimbing Skripsi,

الجمعة العاشرة من شهر ربيع الأول سنة 1442 هـ
Holy Rafika Dhona

Holy Rafika Dhona, S.I.Kom., M.A NIDN 05120483

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi

Dekoding Legislatif FPSB UII Terhadap Pemberitaan Negatif Capres 2019 di Media Sosial

Disusun oleh

Ilham Budi Laksono 13321150

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

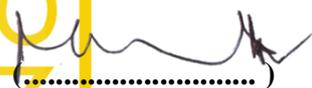
Tanggal :23 Oktober 2020

Dewan Penguji:

**1. Holy Rafika Dhona, S.I.Kom., M.A
NIDN 0512048302**



**2. Dr. Rer. Soc. Masduki, S.Ag., M.A.,M.Si.
NIDN 0511047202**



Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia



Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom

NIDN 00529098201

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **Ilham Budi Laksono**
NIM : **13321150**

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
 2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
 3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.
- Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 6 November 2020

Yang menyatakan,



(Ilham Budi Laksono)

MOTTO

“Sesungguhnya, sesudah kesulitan ada kemudahan.”

(Q.S AL Insyirah :6)



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur, karya ini dipersembahkan kepada:

Orangtua dan adikku tercinta



KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirrabbi'l'alamiin. Segala puji dan puja syukur kehadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Shalawat dan salam penulis junjungkan kepada Nabi Muhammad Shallahu'alaihi Wa Sallam, para sahabat, dan umatnya. Syukur alhamdulillah, akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini walaupun masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penulisannya. Penulis menyadari bahwa karya ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah swt, yang telah melimpahkan rahmat, hidayat, dan ridhoNya serta memberikan kemampuan yang luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Ibu Puji Hariyanti., S.Sos, M.I.kom, selaku ketua Prodi Ilmu Komunikasi yang banyak membantu penulis dalam persoalan kuliah di Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr.H. Fuad Nashori, S.Psi., M.Si.,M.Ag., Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Holy Rafika Dhona, S.I.Kom., M.A., dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya dalam membimbing penulis hingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Bapak Purnomo dan Ibu Estu Pratiwi, karya sederhana ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua penulis sebagai tanda hormat,bakti dan kasih sayang penulis.Terimakasih tak terhingga untuk orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan dalam bentuk apapun tanpa lelah hingga pada akhirnya penulis sampai ditahap ini.
6. Teman-teman yang telah mendukung penulis untuk menyelesaikan penelitian ini, Liliz, Opin, Joko, Rifqi, Bimo, Akbar, Ikbal, Ian, dan yang tak penulis sebutkan satu per satu.
7. Terima kasih kepada Dewan Permusyawaratan Mahasiswa FPSB UII yang telah membantu dalam memberikan data dan meluangkan waktu untuk wawancara dalam

proses pengambilan data pada penelitian ini. Seluruh keluarga besar Ilmu komunikasi dan Universitas Islam Indonesia, terimakasih banyak.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang telah disusun ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan, oleh sebab itu penulis memohon maaf apabila ada kesalahan dan kekurangan yang tidak disengaja tersebut menyinggung satu dan lain pihak dan semoga ini dapat membawa manfaat bagi semua pihak yang berkaitan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 23 Oktober 2020

Penulis

Ilham Budi Laksono



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	1
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN MOTTO	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
Abstract.....	1
Abstrak	2
BAB I.....	3
A. Latar Belakang.....	3
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Tinjauan Pustaka.....	9
1. Penelitian Terdahulu	9
G. Kerangka Teori	13
1. Komunikasi Massa.....	13
2. Teori Khalayak	13
3. Dekoding	14
4. Media Sosial	18
5. Berita Negatif	19
H. Metode Penelitian	20
BAB II.....	23
1. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	23
BAB III	28
Temuan dan Pembahasan.....	28
3.1 Relasi Produksi:.....	29
3.2 Infrastruktur Teknis	35
3.3 Frameworks of Knowledge	40

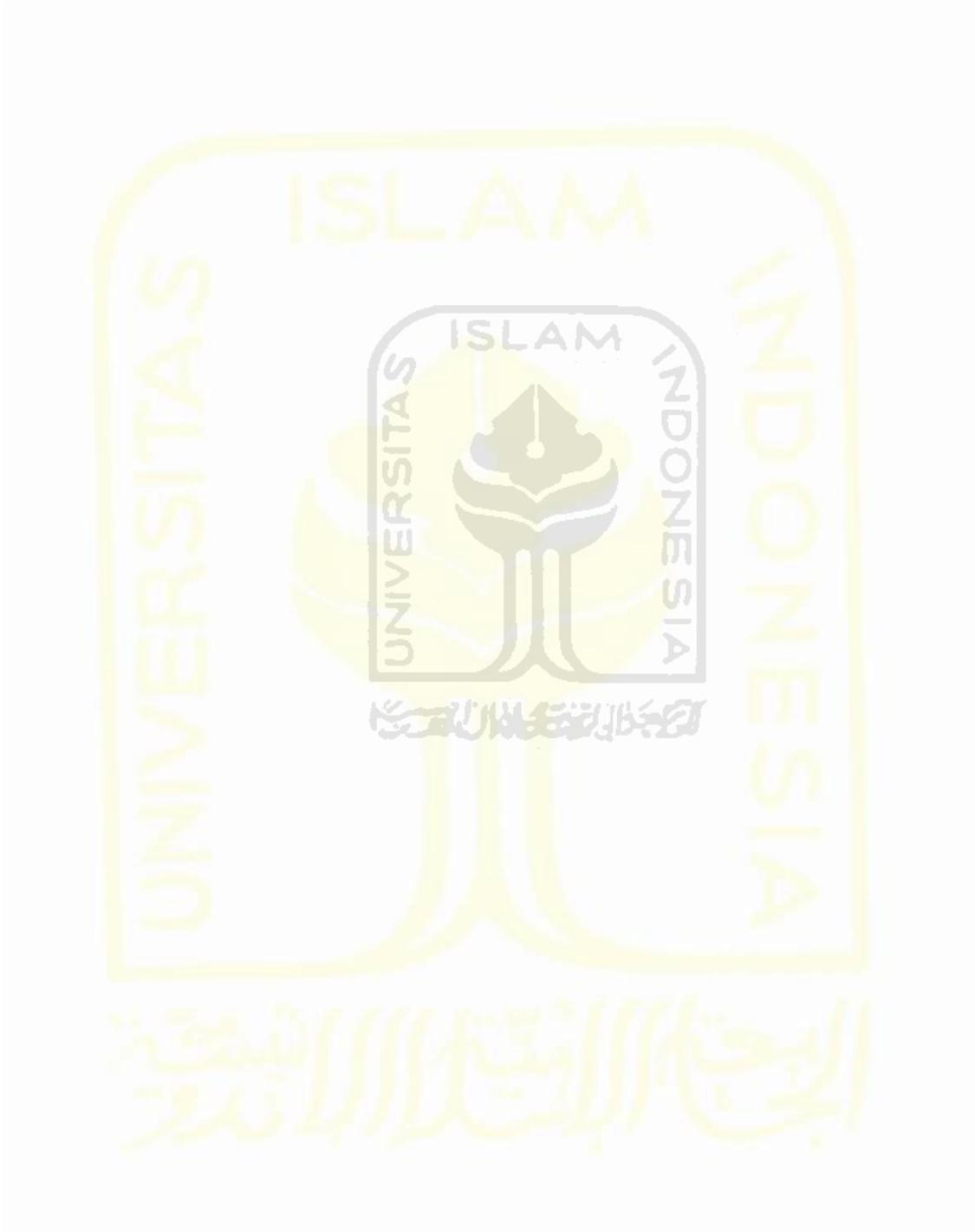
Pembahasan.....	48
A. Dekoding	48
Diskusi	58
BAB IV	60
Penutup	60
A. Simpulan.....	60
B. Keterbatasan Penelitian	62
C. Saran.....	62
Daftar Pustaka.....	64



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Susunan pengurus DPM FPSB UII.....

Tabel 3.1 Data narasumber penelitian.....



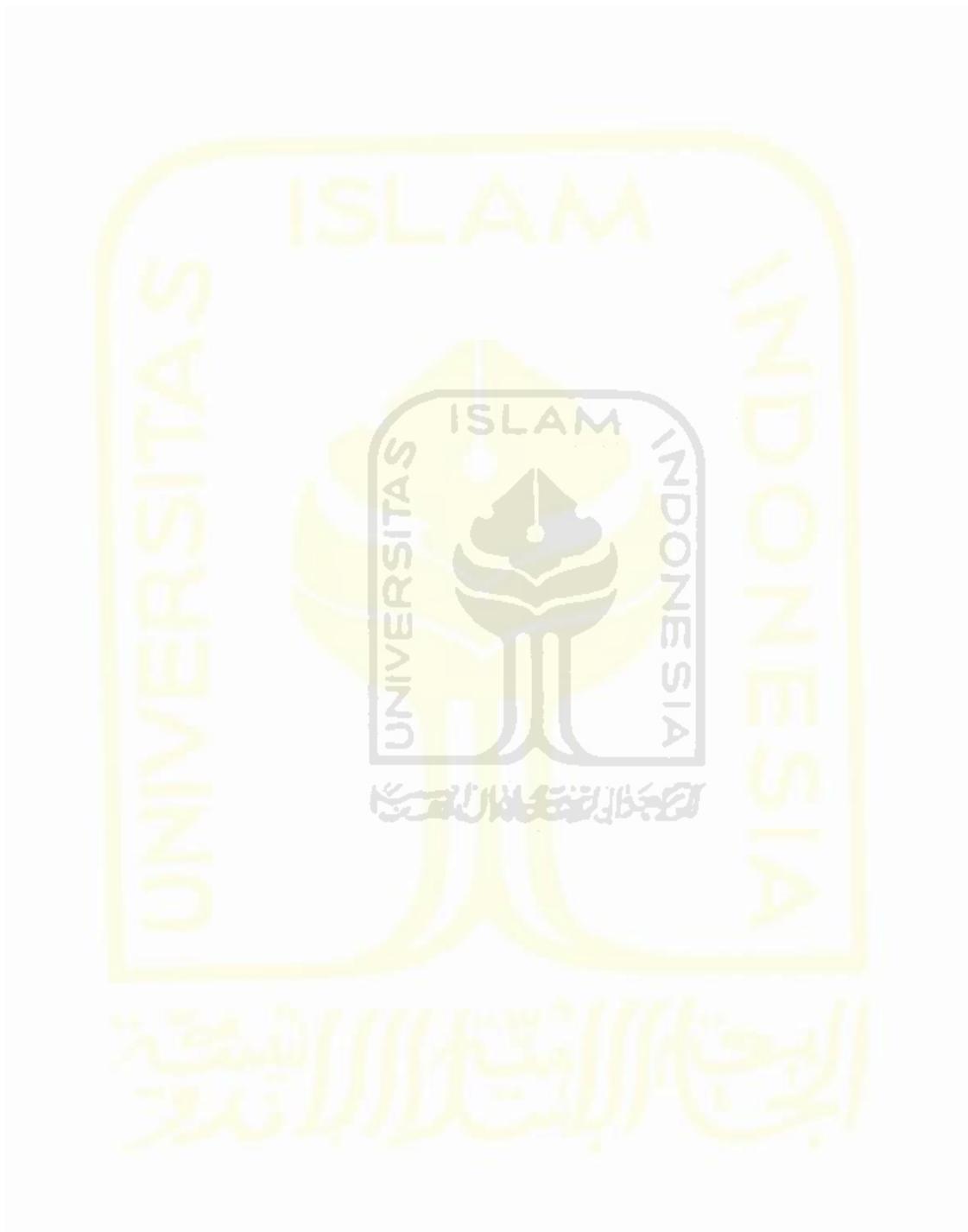
DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Jumlah dan presentase Penduduk Indonesia yang mengakses informasi digital.
Gmabar 1.2 Urutan jumlah media sosial dari yang paling banyak digunakan di Indonesia.
Gambar 1.3 Penetrasi pengguna internet berdasar usia
Gambar 1.4 Sirkulasi makna (Stuart Hall).....



DAFTAR LAMPIRAN

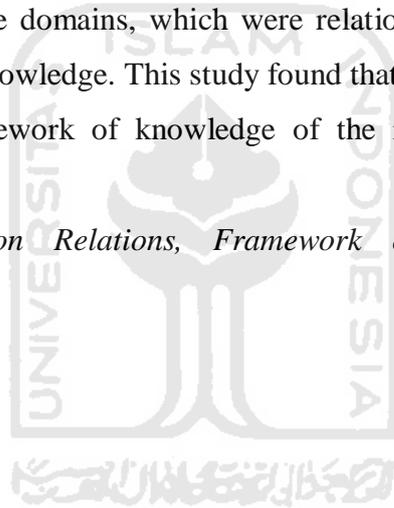
- Lampiran 1. Daftar pertanyaan wawancara
- Lampiran 2. Transkrip wawancara
- Lampiran 3. Surat Selesai Penelitian dari DPM FPSB UII.....



Abstract

The elite group uses the media as an instrument of power. The media is also as a tool to convey the thoughts of the dominant group. However, the effectiveness of the message which was delivered to the receiver became different meaning. The domination of the dominant group had affected the non-dominant group in term of accepting any messages which was given by the dominant group. The emphasis of cultural study is to control the society from those who were classified into groups of power holders. The aim of this study is to determine the decoding of legislative FPSB UII on various negative news in the electian of presidential 2019 that have been circulating on the social media. The respondents of this study consisted of three legislative members of the FPSB UII. The method used in this study was a qualitative method and the data collection was carried out through interviews. The interview questions consisted of 30 questions and it divided into three domains, which were relations of production, technical infrastructure and framework of knowledge. This study found that the relations of production, technical infrastructure and framework of knowledge of the respondents influenced the respondents' decoding results.

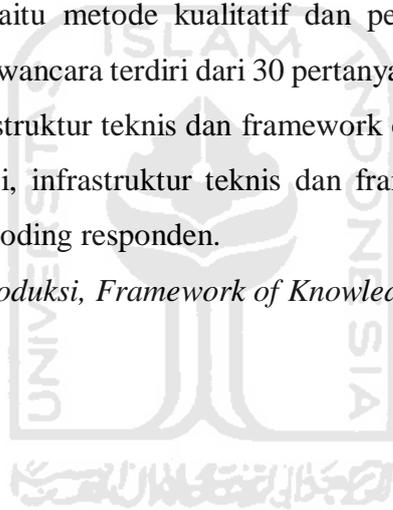
Keywords: Decoding, Production Relations, Framework of Knowledge, Technical Infrastructure.



Abstrak

Kelompok elite menggunakan media sebagai instrumen kekuasaan. Media juga sebagai alat untuk menyampaikan pemikiran – pemikiran kelompok dominan. Namun, efektifitas pesan yang ditransmisikan menjadi hal lain. Dominasi kelompok dominan akan mengakibatkan mereka sebagai kelompok yang tidak dominan akan menerima apa saja yang diberikan oleh kelompok dominan. Penekanan studi kultural disini adalah untuk mengontrol masyarakat oleh mereka yang digolongkan ke dalam kelompok pemegang kuasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dekoding mahasiswa yaitu anggota legislatif FPSB UII terhadap berbagai berita negatif masing- masing Capres dan Cawapres Pemilu 2019 yang selama ini beredar di media sosial. Responden dari penelitian ini terdiri dari tiga anggota legislatif FPSB UII. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif dan pengumpulan data dilakukan melalui wawancara. Pertanyaan wawancara terdiri dari 30 pertanyaan yang dibagi menjadi tiga domain yaitu relasi produksi, infrastruktur teknis dan framework of knowledge. Penelitian ini menemukan bahwa relasi produksi, infrastruktur teknis dan framework of knowledge dari responden mempengaruhi hasil decoding responden.

Keywords: Decoding, Relasi Produksi, Framework of Knowledge, Infrastruktur Teknis.



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemilihan presiden 2019 menyita perhatian masyarakat Indonesia dibanding pemilihan umum ditingkat lainnya. Perbincangan publik terus berkembang terutama di media sosial. Perkembangan informasi selalu dinanti khalayak sehingga terkadang menimbulkan pro dan kontra dalam perbincangan publik. Dengan kecepatan informasi yang disajikan oleh media sosial, menarik antusiasme masyarakat lebih tinggi daripada menyaksikan perkembangan informasi seputar pemilu (pilpres 2019) melalui media lain. Pemilu Presiden 2019 terdiri dari dua calon presiden yang akan memimpin Indonesia sampai 2024 mendatang. Kedua calon presiden tersebut adalah presiden RI saat ini Ir. Joko Widodo sebagai petahana yang akan bersaing memperebutkan suara masyarakat Indonesia dengan ketua partai Gerindra yaitu Prabowo Subianto. Posisi presiden adalah sebuah amanah yang besar dari warga negara. Sebagai kepala pemerintahan sudah pasti pemberitaan mengenai calon presiden akan menjadi pusat perhatian warganya dalam setiap tindakan dan perilakunya. Informasi seputar kehidupan sehari – harinya selalu ditunggu oleh para pendukungnya baik dari media massa ataupun media sosial.

Pemberitaan dalam media massa maupun media media sosial tidak hanya mengandung berita positif. Pemberitaan negatif akan selalu mewarnai adanya pesta politik. Adapun berita negatif yang pernah melekat pada keduanya yaitu, seperti kriminalisasi ulama dan pendukung yang berseberangan dari pasangan Joko Widodo- Ma'ruf Amin. Kemudian isu negatif yang ada di pasangan Prabowo – Sandiaga Uno salah satunya Prabowo yang telah gagal membina rumah tangga dan masih banyak lagi berita negatif yang selalu sampai di telinga masyarakat selama berlangsungnya tahapan- tahapan pemilu presiden 2019. Disisi lain perkembangan teknologi mengantarkan kehidupan saat ini kepada gaya hidup yang instan. Salah satunya dalam kegiatan mencari informasi ataupun memberikan informasi kepada orang lain. Adanya media siber telah mengubah pola komunikasi masyarakat . Dahulu, komunikasi dilakukan dari Ione to many artinya komunikasi berasal dari satu komunikator yang ditujukan kepada masyarakat luas. Namun saat ini komunikasi tersebut telah berubah dengan adanya media siber

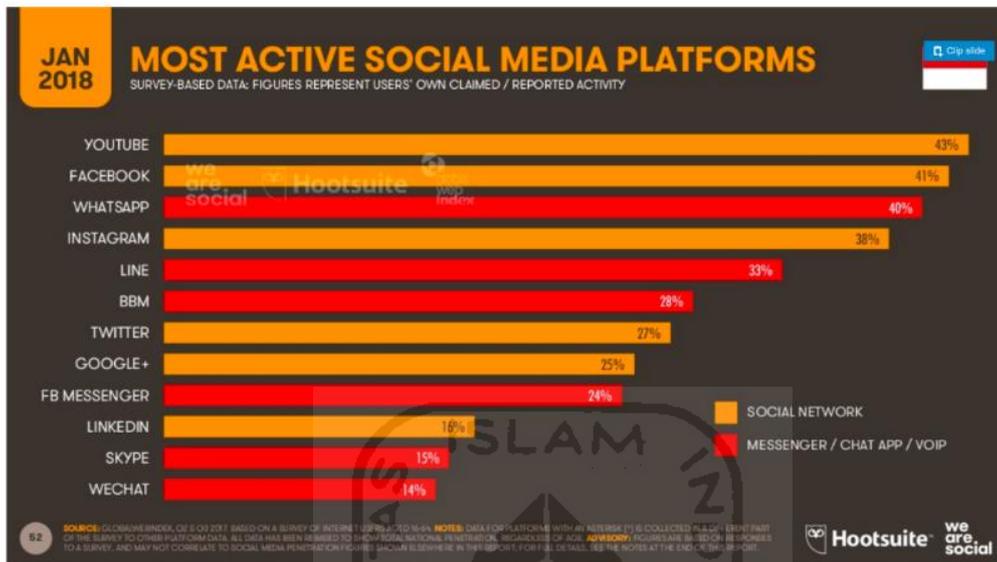
yang bersifat many to many yang artinya berasal dari banyak komunikator seperti komunikasi yang ada pada media siber (Primasari, 2016, hal. 2).

Di era teknologi yang semakin canggih, pertukaran informasi semakin cepat dan mudah dilakukan. Hal ini tidak hanya memberikan dampak positif seperti kemudahan akses komunikasi antar wilayah dan penyajian informasi secara *real time*, namun juga dampak negatif mengenai adanya sumber informasi yang tidak kredibel. Berita-berita negatif yang dengan sumber yang tidak dapat dipertanggungjawabkan dibuat dengan maksud untuk menyudutkan dan menjatuhkan satu pihak. Apabila berita ini dicerna begitu saja oleh masyarakat tanpa menelusuri sumber yang valid, maka masyarakat pun akan mudah terprovokasi terlebih apabila berkaitan dengan politik. Di Indonesia, pengguna media sosial semakin berkembang pesat. Dikutip dari inet.detik.com, jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada bulan Januari 2018 sebanyak 130 juta jiwa atau 49% dari jumlah penduduk Indonesia sebanyak 265 juta jiwa. (<https://inet.detik.com/cyberlife/d-3912429/130-juta-orang-indonesia-tercatat-aktif-di-medsos>)



Gambar 1.1 : Jumlah dan presentase Penduduk Indonesia yang mengakses informasi digital (Sumber : APJII)

Kemudian, Platform medsos yang paling digandrungi oleh orang Indonesia, diantaranya YouTube 43%, Facebook 41%, WhatsApp 40%, Instagram 38%, Line 33%, BBM 28%, Twitter 27%, Google+ 25%, FB Messenger 24%, LinkedIn 16%, Skype 15%, dan WeChat 14%.



Gambar 1.2 : Urutan jumlah media sosial dari yang paling banyak digunakan di Indonesia. (Sumber: APJII)

Data lain yang menyebutkan penetrasi penggunaan internet di Indonesia sebanyak 143,26 jiwa atau 54,68% dari total jumlah penduduk Indonesia yaitu 262 juta orang (APJII Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). Berdasarkan data tersebut, kalangan muda dengan usia antara 18 sampai 34 tahun mendominasi pengguna internet di Indonesia sebagaimana data berikut:



Gambar 1.3: Penetrasi pengguna internet berdasar usia (Sumber :APJII)

Menurut Perdana (2018) media sosial yang hadir sebagai sarana pertukaran informasi memiliki peran penting dalam membentuk opini dan pengaturan agenda politik serta taktik dan strategi pemenangan kedua pasangan calon presiden dan wakil presiden 2019. Menurut survei Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia dalam Perdana (2019) pengaruh yang dimiliki tim khusus yang menangani media sosial sebagai media kampanye memiliki hasil yang sangat berarti. Media sosial yang dimaksud seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan (Hal.22) .

Menurut Hagar (2014) dalam Perdana (2019) adanya media sosial tentu saja memberikan keuntungan bagi para paslon untuk berkampanye. Pertama, pemilih dapat dengan mudah mengakses informasi mengenai paslon yang ingin dipilih. Pemanfaatan media sosial dalam kampanye -Pilpres menawarkan keterlibatan secara langsung antara kandidat dengan calon pemilih. Kedua, media sosial mudah dijangkau oleh para penggunanya. Penyebaran informasi ke dalam media sosial tidak memerlukan biaya yang mahal. Ketiga, sosial media memiliki jangkauan yang luas karena orang sangat mudah untuk membagikan konten atau informasi yang diduplikasinya. mengungkapkan Media sosial memiliki perbedaan dengan media kampanye konvensional-tradisional, yaitu tidak terikat dengan batasan geografis. Apalagi dengan memanfaatkan fitur yang dimiliki, pengirim pesan bisa menyesuaikan kondisi demografis yang akan ditunjukkan kepada calon (hal. 23).

Pada Pemilu kali ini, baik Jokowi maupun Prabowo sama - sama memiliki tim "buzzer" yang terpampang jelas di media sosial. Tim tersebut bekerja untuk membentuk wacana, melawan wacana lawan, maupun membuat wacana untuk membentuk "black campaign" Kondisi saat ini memungkinkan Indonesia mengalami darurat hoaks. Seperti yang telah disampaikan Jokowi : Indonesia jangan sampai mengalami propaganda Rusia. Sebuah cara untuk mengaburkan berita sebenarnya dengan cara memproduksi berita - berita bohong terus menerus kepada publik. Padahal, informasi yang tersebar di dunia maya membutuhkan proses literasi dan sikap bijak dari publik untuk menerimanya. Jangan sampai informasi yang didapat justru menimbulkan fitnah dan disikapi dengan emosi yang tidak terkendali. (<https://www.newmandala.org/the-polarisation-paradox-in-indonesias-2019-elections/>)

Sebagai pengawas pemilu, Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) mengakui kesulitan untuk melakukan pengawasan di dalam media sosial akibat banyaknya akun anonym tersebut (Kompas.com, 2017). Padahal jika merujuk pada Perbawaslu No. 28 Tahun 2018, Bawaslu memiliki fungsi pengawasan terhadap akun media sosial yang didaftarkan kepada

KPU, dan akun media yang tidak didaftarkan kepada KPU (Pasal 27 ayat 2). Dengan demikian, seharusnya pengawasan kampanye yang dilakukan oleh Bawaslu dapat mengantisipasi munculnya pelanggaran-pelanggaran kampanye di media sosial seperti penyebaran segala bentuk informasi palsu, ujaran kebencian, disinformasi, dan lainnya tidak hanya berfokus pada akun yang sudah didaftarkan melainkan pada keseluruhan akun yang berpotensi melakukan pelanggaran (Perdana & Wildianti, 2019).

Lembaga survei Politicawave melakukan pemantauan di media sosial selama 28 Januari sampai 4 Februari 2019 untuk mengukur percakapan publik di media sosial yang membicarakan kedua capres. Hasilnya dari 267.059 akun yang terdiri dari 1.899.881 percakapan menunjukkan pasangan capres petahana diperbincangkan secara positif 80% dan negatif 20%. Sedangkan pasangan Prabowo – Sandiaga Uno 74% terdiri dari percakapan positif dan 26% adalah negatif. Hal tersebut diungkapkan oleh Yose Rizal sebagai pendiri Politicawave (<https://www.jpnn.com/news/nih-data-isu-negatif-jokowi-dan-prabowo-di-media-sosial>)

Dengan melihat realita bahwa pengguna media sosial yang paling banyak di Indonesia adalah kalangan muda, maka secara bersamaan generasi muda adalah kaum yang paling banyak mendapatkan terpaan berbagai macam informasi yang tersebar di dunia maya melalui media sosial. Baik informasi yang akan mereka pilih atau informasi yang sedang hangat diperbincangkan oleh khalayak. Penelitian ini akan fokus kepada mahasiswa yang berada di fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia. Di internal kampus sendiri usia mahasiswa pada umumnya adalah 18 sampai 22 tahun. Oleh karena itu, mahasiswa dengan rentang usia tersebut masuk kedalam kalangan millenials sebagai kalangan yang mendominasi jumlah pengguna media sosial di Indonesia. Secara lebih spesifik, mahasiswa yang akan dilibatkan dalam penelitian ini merupakan mahasiswa yang berperan aktif di dalam lembaga internal fakultas. Mereka sebagai mahasiswa sekaligus sebagai legislator di fakultasnya. Harapannya dengan aktifnya mereka di politik kampus, maka mereka akan dinilai di lingkungannya sebagai mahasiswa yang sudah cukup mengerti dengan politik.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas mengenai beredarnya berita – berita negatif di media sosial bagaimana *decoding* anggota legislatif FPSB UII terhadap berita negatif tersebut sebagai pemilih pemula sekaligus sebagai mahasiswa yang memiliki daya literasi dalam mengelola sebuah informasi yang diterima.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dekoding mahasiswa yaitu anggota legislatif FPSB UII terhadap berbagai berita negatif masing- masing Capres dan Cawapres Pemilu 2019 yang selama ini beredar di media sosial.

D. Manfaat Penelitian

Melihat tujuan penelitian diatas, maka diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat secara teoritis dan begitu juga secara praktis.

1. Manfaat teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi pembelajaran bagi siapa saja dalam decoding mengenai berita yang dibaca.
 - b. Dapat dijadikan bahan referensi penelitian selanjutnya yang berkaitan .
2. Manfaat Praktis
 - a. Penelitian resepsi ini dapat menjadi gambaran umum pandangan mahasiswa mengenai berita – berita negatif tentang Capres di Pemilu 2019
 - b. Menjadikan pembacanya lebih kritis dalam menyikapi berbagai berita negatif yang tersebar dalam peristiwa Pemilu Presiden 2019.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian Terdahulu

1. Dalam penelitian ini penulis mengambil referensi dari beberapa sumber penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Berikut beberapa penelitian-penelitian terdahulu yang penulis gunakan sebagai referensi dalam penelitian ini:

- a. Mariani (2016): *Mengungkap Budaya Konsumsi Media Buruh Perempuan lewat Perspektif Cultural Studies*.

Mempelajari bagaimana pola konsumsi media yang dilakukan oleh buruh perempuan yang termasuk ke dalam kelas buruh. Latar belakang penelitian ini adaah berkaitan dengan teori Antonio Gramsci yang menggambarkan media sebagai alat kekuasaan yang digunakan untuk mempertahankan kekuasaan para penguasa. Rumusan masalah dari penelitian ini memiliki latar belakang kelas buruh di Indonesia yang jumlahnya tidak sedikit. Kelas buruh yang dimaksud juga masih memiliki banyak masalah seputar kesejahteraan bahkan diskriminasi. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan mencari tahu apa yang dilakukan oleh buruh perempuan terhadap media yang bisa diaksesnya dan juga mencari tahu apakah peran media yang selama ini dikonsumsi dapat membangkitkan kesadarannya.

Metode penelitian yang digunakan penelitian tersebut menggunakan metode etnografi kritis. Metode tersebut bertujuan untuk mengamati dan mencari tahu seputar kehidupan sehari – hari buruh perempuan tentang bagaimana cara mereka berinteraksi dengan media. Untuk memberikan informasi tambahan, penelitian tersebut menggunakan metode wawancara sebagai cara untuk mencari tahu informasi – informasi tambahan yang melengkapi penelitian tersebut. Hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa buruh perempuan menggunakan televisi sebagai media yang mudah mereka akses. Dalam segi ekonomis, televisi lebih memberikan kemudahan bagi mereka untuk bisa diakses kapan saja. Media lain seperti cetak atau bahkan film tidak menjadi pilihan bagi mereka karena media selain televisi memberikan konsekuensi lain misalnya dalam segi ekonomis media – media tersebut perlu mengeluarkan uang tambahan dari mereka untuk bisa diakses.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah buruh perempuan memiliki waktu yang banyak dihabiskan untuk mengakses televisi dibandingkan dengan media lainnya. Televisi juga membawa mereka menjadikan apa yang ditonton sebagai percakapan

sehari – hari. Televisi digunakan untuk melepas penat dan hiburan setelah keseharian mereka menghabiskan waktu dan tenaga untuk bekerja. Kelas buruh juga tidak dapat berbuat banyak terhadap pemilihan informasi yang akan mereka akses. Karena media telah menyiapkan semuanya sebagai tontonan. Kondisi tersebut tidak bisa memengaruhi kesadaran buruh terhadap proses hegemoni yang terjadi.

- b. Astuti (2019): *The Reception of Indonesian Lecturers on Hoaxes and Hate Speech when Using Sosial Media.*

Penelitian ini mempelajari bagaimana aktifitas media sosial di kalangan dosen yang berkaitan dengan penyebaran informasi hoaks dan ujaran kebencian. Banyaknya oengguna internet di Indonesia memiliki pengaruh dalam penyebaran informasi sesat dan ujaran kebencian. Mayoritas pengguna internet menghabiskan waktunya untuk menggunakan media sosial. Banyaknya berita palsu dan ujaran kebencian semakin meluas seiring berkembangnya pengguna media sosial di Indonesia. Kejadian yang paling terdampak adalah Pilkada DKI di tahun 2017. Bukan hanya kaum kelas bawah, namun juga berita palsu dan ujaran kebencian berakibat pada kalangan terdidik, khususnya yang berprofesi sebagai dosen. Metode penelitian yang digunakan menggunakan netnografi, dengan mempelajari aktifitas pengguna media sosial di dunia maya. Penelitian yang memilih kota Bandung dan Medan sebagai tempat narasumber bekerja, merupakan alasan yang dilatar belakangi banyaknya pengguna media sosial di kedua kota besar tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden penelitian tidak mudah terpengaruh oleh berita – berita sesat dan ujaran kebencian. Isi dari aktifitas media sosial mereka lebih banyak mengandung tentang aktifitas harian, motivasi, dan pesan – pesan positif.

Hasil lainnya menunjukkan masih ada responden yang terpengaruh oleh berita sesat dan ujaran kebencian. Beberapa cara yang dapat dilakukan untuk menekan pengaruh negatif tersebut dengan meningkatkan kemampuan literasi digital yang baik, disisi lain para pengajar di perguruan tinggi juga berperan sebagai pendidik yang mana bisa memberikan pendidikan literasi media sosial yang baik agar tidak mudah terpengaruh oleh terpaan berita palsu dan ujaran kebencian.

- c. Perdana & Delia (2019): *Narasi Kampanye dan Media Sosial dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2019.*

Praktik kampanye pemilihan Presiden 2019 kini sudah masif dilakukan baik dari tim kampanye presiden maupun simpatisan pendukung. Namun dengan lemahnya regulasi di Indonesia yang mengatur tentang persebaran informasi di Media sosial menyebabkan beberapa dampak kepada masyarakat. Antara lain adalah isu – isu pragmatis seputar politik agama dan sebagainya. Bukan isu – isu yang mendidik yang mengarah pada fokus perdebatan kedua pasangan calon untuk menggaungkan program – programnya. Bisa dikatakan isu – isu yang seharusnya rasional, mendidik dan mengajarkan masyarakat sadar akan pentingnya berpolitik. Pentingnya masing – masing kubu calon untuk memperhatikan isu yang dinamis dan mendidik sangat diharapkan oleh banyak kalangan. Agar ketertarikan masyarakat dalam menentukan pilihannya bukan semata – mata karena ikatan emosi sesaat yang terfokus dengan isu – isu pragmatis yang tersebar di media sosial. Dengan beredarnya informasi seputar Pilpres yang masif dan tidak terarah, pihak terkait semestinya bisa melakukan kepastian regulasi yang mengatur bagaimana publik berperilaku di media sosial.

- d. Santoso (2018): Analisis Resepsi Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Surabaya tentang Berita Hoaks di Media Sosial.

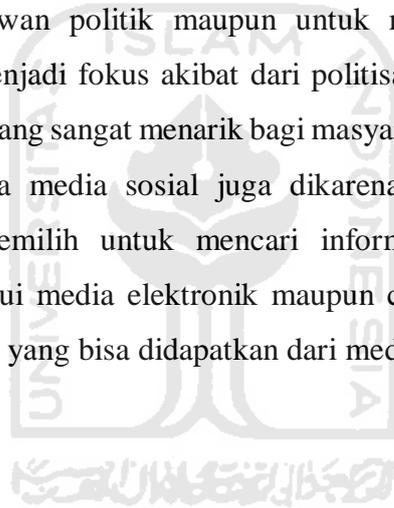
Media sosial ini menjadi salah satu media terbanyak yang diakses oleh masyarakat dalam mencari kebutuhan informasi. Namun kehadirannya membawa dampak baru, terutama berita – berita yang tidak terkendali dan lebih buruk lagi mengarah kepada berita palsu atau hoaks. Oleh karena itu, peneliti melakukan analisis kualitatif mengenai resepsi mahasiswa perguruan tinggi terhadap berita hoaks di media sosial. Mahasiswa yang dipilih sesuai dengan kriteria penulis untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Menurut penulis, dipilihnya kalangan mahasiswa sebagai narasumber penelitiannya, adalah karena mahasiswa PTN dinilai lebih memahami literasi untuk menerima informasi apa saja yang ada di media sosial. Hasil penelitian itu sendiri adanya respon yang beragam dari setiap narasumber. Hasil tersebut adalah mengenai bagaimana khalayak melakukan decoding pesan yang ia terima seperti *dominant hegemonic position* terdapat satu orang, *negotiated position* sebanyak empat orang, dan *opositional position* sebanyak lima orang.

- e. Rahayu (2018): Decoding Hoax on the Issue of Religious Politicization in Indonesia on New Media Era.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan informasi hoax, dan politisasi agama yang tersebar di media sosial

sebagai objek penelitian. Objek yang terkumpul tersebut kemudian diinterpretasi oleh peneliti yang didapatkan dari hasil observasi.

Masyarakat Indonesia yang sebagian besar memeluk agama Islam dijadikan para elit partai agar memperoleh dukungan sebanyak – banyaknya. Salah satu cara yang gencar dilakukan adalah dengan melakukan pengiriman informasi yang masif di tengah – tengah masyarakat yang tujuannya untuk menarik simpati dari kelompok lawan. Masyarakat agama adalah masyarakat yang yakin akan keluhuran agamanya, atas dasar itu politik agama begitu sensitif namun juga begitu diminati dalam peristiwa pemilu akhir – akhir ini. Informasi yang disebarkan bertujuan agar mencari dukungan kepada siapa saja maupun sengaja untuk menampakkan kelompok – kelompok yang kontra dengan kelompoknya. Propaganda menggunakan isu agama memang dilakukan untuk mendiskreditkan lawan politik maupun untuk menarik simpati. Perhatian masyarakat juga menjadi fokus akibat dari politisasi agama yang menjadikan pemilu sebagai isu yang sangat menarik bagi masyarakat. Propaganda dilakukan di internet terutama media sosial juga dikarenakan mayoritas masyarakat Indonesia lebih memilih untuk mencari informasi melalui media sosial dibandingkan melalui media elektronik maupun cetak. Salah satunya karena kecepatan informasi yang bisa didapatkan dari media sosial.



F. Kerangka. Teori

1. Komunikasi Massa

Terdapat banyak definisi tentang komunikasi massa diantara para ahli. Sejak muncul pada akhir tahun 1930-an, para ahli kesulitan dalam menyatukan arti komunikasi massa secara sederhana. Namun, diambil dari Gerbner (1967) definisi singkat mengenai komunikasi. Yaitu interaksi sosial melalui pesan. Dengan kata lain, pesan – pesan yang dikirimkan kepada orang lain atau umum merupakan bagian atau kepentingan dari interaksi sosial dalam masyarakat yang berkepentingan. Namun, definisi tersebut tidak memuat tentang gambaran bagaimana proses kerja (*working definition*) dan tentang komunikasi serta sifat – sifatnya secara umum.

Kata ‘massa’ dalam arti komunikasi massa adalah penggambaran mengenai orang atau barang dalam jumlah yang banyak, besar, atau luas. Sedangkan arti komunikasi mengacu kepada pemberian arti maupun penerimaan arti, dan pengiriman maupun penerimaan pesan. Sedangkan menurut Janowitz (1960) mengartikan bahwa komunikasi massa terdiri dari lembaga atau teknik penyampaian pesan secara luas kepada masyarakat yang bersifat heterogen. Penyampaian pesan tersebut menggunakan teknologi dan kelompok yang terlatih. Penyampaian tersebut tidak lepas dari simbol – simbol yang terkandung di dalamnya. Definisi tersebut oleh Janowitz belum memuat tentang aspek respons dan interaksi. Karena definisi tersebut hanya ditekankan kepada aspek pengiriman yang berupaya menyamakan kata “komunikasi massa”. Komunikasi massa dan media massa tidaklah sama. Media massa memuat komunikasi antar individu, pribadi dan bisa juga ke dalam kelompok yang heterogen. Namun komunikasi massa didefinisikan oleh para ahli hanya terhadap komunikasi yang luas, sistematis dan tertuju kepada masyarakat yang heterogen. (Morissan, 2013. 6-8)

2. Teori Khalayak

Morley dalam Holmes (2012) menyebut tentang audiens aktif terlihat dalam interaksinya saat mengakses informasi. Audiens lebih berinteraksi dengan teks daripada medium yang digunakan. Interaksi yang cenderung pada teks kemudian akan memberikan umpan balik audiens dalam memberikan tanggapan, apakah memungkinkan pembacaan audiens itu oposisional, ternegoisasi atau cenderung dominan (hal.236). McQuail (2011) mengungkapkan sejarah definisi khalayak dan empat macam khalayak sebagai berikut.

Definisi tentang khalayak pada awalnya bermula dari pertunjukan – pertunjukan di masa Yunani, yang mana orang – orang yang berkumpul menyaksikan sebuah pertunjukan seni yang berkumpul di satu waktu tertentu dan satu tempat tertentu. Kemudian dari definisi tentang khalayak membaginya dengan beberapa jenis yang berbeda menurut dari media apa yang digunakan dan melihat waktu yang dijangkau oleh khalayak tersebut.

- a. Audiens sebagai kumpulan penonton, pembaca, pendengar, pemirsa. Konsep audiens diartikan sebagai penerima pesan-pesan dalam komunikasi massa, yang keberadaannya tersebar, heterogen, dan berjumlah banyak. Pendekatan sosial budaya sangat menonjol untuk mengkaji konsep ini.*
- b. Audiens sebagai massa. Konsep audiens diartikan sebagai suatu kumpulan orang yang berukuran besar, heterogen, penyebaran, dan anomitasnya serta lemahnya organisasi sosial dan komposisinya yang berubah dengan cepat dan tidak konsisten. Massa tidak memiliki keberadaan(eksistensi) yang berlanjut kecuali dalam pikiran mereka yang ingin memperoleh perhatian dari dan memanipulasi orang-orang sebanyak mungkin. McQuail menyatakan bahwa konsep ini sudah tidak layak lagi dipakai.*
- c. Audiens sebagai kelompok sosial atau publik. Konsep audiens diartikan sebagai suatu kumpulan orang yang terbentuk atas dasar suatu isu, minat, atau bidang keahlian. Audiens ini aktif untuk memperoleh informasi dan mendiskusikannya dengan sesama anggota audiens. Pendekatan sosial politik sangat menonjol untuk mengkaji konsep ini.*
- d. Audiens sebagai pasar. Konsep audiens diartikan sebagai konsumen media dan sebagai audiens (penonton, pembaca, pendengar, atau pemirsa) iklan tertentu. Pendekatan sosial ekonomi sangat menonjol untuk mengkaji konsep ini. (hal.145)*

3. Dekoding

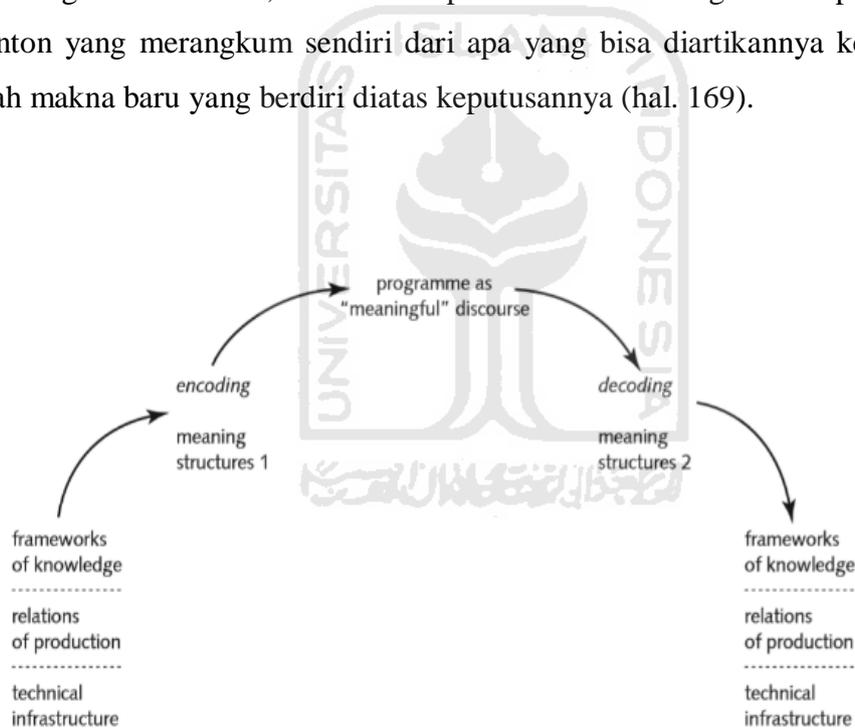
Studi kultural adalah alasan mengapa ada teori dekoding yang dikembangkan oleh Stuart Hall. Menurut Hall dalam Morissan (2014) kelompok elite menggunakan media sebagai instrumen kekuasaan. Media juga sebagai alat untuk menyampaikan pemikiran – pemikiran kelompok dominan. Namun, efektifitas pesan yang ditransmisikan menjadi hal lain. Dominasi kelompok dominan akan mengakibatkan mereka sebagai kelompok yang tidak dominan akan menerima apa saja yang diberikan oleh kelompok dominan. Penekanan studi kultural disini adalah untuk mengontrol masyarakat oleh mereka yang digolongkan ke dalam kelompok pemegang kuasa (hal. 535). Menurut Gramsci dalam Morissan (2014) eksploitasi individu sebagai pengaruh

dari hegemoni telah menyentuh budaya populer maupun agama. Sistem sosial tersebut tidak disadari juga didukung lantaran kelompok dominan telah berhasil mengarahkan masyarakat dalam keadaan yang merasa puas atas apa yang dialami. Hal tersebut juga merupakan gagasan Karl Max mengenai “kesadaran yang salah” (*false consciousness*) kesadaran yang seakan diambil berdasarkan pilihan merdeka, melainkan pengaruh yang sebenarnya halus sehingga dijalani secara tidak sadar (hal.542).Morissan (2014) menjelaskan bahwa khalayak memiliki ingatan yang sebelumnya telah terbentuk sebelum mereka menerima dan memberikan perbandingan atas pesan apa yang sampai kepada mereka. Kemampuan tersebut sebagai pembanding yang nantinya akan berpengaruh pada kelompok hegemoni dan tandingannya. Proses tersebut yang dinamakan dekoding. Persepsi, pemikiran yang telah terbentuk, dan pengalaman merupakan sebab – sebab yang akan mempengaruhi dekoding khalayak. (hal.548).

Teori *decoding* dirumuskan kaitannya dengan media televisi. Namun, juga bisa diterapkan terhadap media massa lainnya. Prinsip dasar strukturalisme dan semiologi bisa dikatakan mengandung banyak arti atau makna “pesan” yang dikonstruksi dari tanda “*sign*” bisa memiliki arti denotatif dan konotatif. Tergantung dari apa yang dipilih oleh “*decoder*” pesan tersebut. Namun, Hall memberikan dua alasan dasar mengapa sebuah pesan bisa memberikan dampak yang tidak pasti kepada penerimanya. Pertama, komunikator menyandi pesan sesuai dengan apa yang menjadi tujuan akhirnya. Kedua, penerima tidak secara terpaksa menerima atau menerjemahkan pesan seperti apa yang diinginkan oleh pengirim (*encoder*). Namun juga dapat menolak pengaruh ideologi dengan menolak atau memberi alternatif sesuai dengan pengalaman dan pandangan pribadinya (Mcquail & Windahl, 2013, hal.146).Diantara para pelopor teori resepsi analisis merupakan salah satu variasi kecakapan berbicara dari teori kritis yang dirumuskan oleh Stuart Hall (1980) yang menekankan pada tahapan dari transformasi/penyampaian pesan melalui media. Pesan asli akan melewati penerimaan/resepsi dan kemudian diinterpretasikan. Teori tersebut dirumuskan dalam kaitannya dengan televisi tetapi bisa berlaku untuk semua media massa, disisi lain ‘*encoder*’ memiliki keputusan masing – masing untuk mengartikan pesan secara denotatif atau konotatif yang mana hal itu menentang prinsip – prinsip dasar dari strukturalisme dan semiologi (McQuail, 2013,hal.146). Stuart Hall dan David Morley merupakan tokoh yang membahas tentang teori ini. Keduanya mengkritisi bahwa media tidak serta merta pemegang kuasa utama untuk menentukan sebuah efek yang ditimbulkan dari sebuah proses komunikasi. Melalui dekoding atau pengkodean yang

dilakukan khalayak, mereka dapat menentukan sikap dengan tanpa paksaan dari luar untuk menentukan pendapatnya terhadap isi informasi yang diterima (Durham & Kelner, 2006, hal.169).

Procter (2004) mengungkapkan bahwa esai Hall menantang ketiga komponen model komunikasi massa, dengan alasan bahwa makna tidak hanya diperbaiki atau ditentukan oleh pengirim; pesannya tidak pernah transparan; dan audiens bukan penerima makna pasif (hal.69). Tingkatan denotatif tanda televisual ditetapkan dengan sandi-sandi yang pasti dan sangat kompleks (tetapi terbatas atau “tertutup”). Tetapi tingkatan konotatifnya, walaupun tetap terikat, lebih terbuka, dapat dipengaruhi transformasi yang lebih aktif, yang mana mengeksploitasi nilai-nilai polisemiknya. Tanda yang telah terkonstitusi seperti itu berpotensi untuk dirubah menjadi lebih dari satu konfigurasi konotatif, nilai – nilai polisemik adalah bagian dari pembacaan oleh penonton yang merangkum sendiri dari apa yang bisa diartikannya kembali dengan sebuah makna baru yang berdiri diatas keputusannya (hal. 169).



Gambar 1.4: Sirkulasi Makna (Stuart Hall)
 Sumber : Media and Cultural Studies hal.166

Durham& Kellner (2006) menjabarkan bagaimana proses produksi yang dilakukan oleh media khususnya televisi. Produksi yang dilakukan oleh televisi akan lebih rumit dibandingkan produksi yang dilakukan oleh khalayak. Televisi mengerahkan alat produksi, infrastruktur teknis, dan pengetahuannya secara institusional untuk memproduksi sebuah acara. Konstruksi pesan terjadi di proses produksi tersebut. Begitu juga dengan sirkulasi pesan yang nantinya akan sampai pada khalayak. Kemampuan teknis, pengetahuan, dan

kemampuan produksi akan dikerahkan untuk memproduksi pesan yang telah dibingkai makna dan ide. Pendengar atau sasaran dari pesan ini juga telah dipelajari oleh *encoder*. Namun, pesan – pesan tersebut juga bersifat terbuka. Artinya makna yang muncul di tengah – tengah khalayak akan sangat mungkin diterjemahkan kedalam makna yang beragam (hal. 164). Keadaan sosiokultural dan politis menjadi perhatian yang mendasari pembuatan pesan. Phillip Elliot menegaskan bahwa pendengar juga berperan sebagai sumber pesan (tidak hanya berperan sebagai penerima). Karenanya Marx menyebut sirkulasi pesan dan penerimaannya adalah umpan balik yang tersrtuktur terhadap proses pembuatan pesan itu sendiri. Pesan produksi dan penerimaannya tidak identik dikarenakan keduanya dibentuk oleh relasi sosial dalam proses komunikasi (hal.165).

Durham & Kellner (2006) tanda dari “peta makna” dalam budaya apapun dan “peta realitas sosial” ini memiliki seluruh makna sosial, praktik, kegunaan, kuasa dan daya tarik “tertulis” kepadanya. Tingkat konotatif penanda, menurut Barthes, “memiliki komunikasi yang dekat dengan budaya, pengetahuan, sejarah, dan melalui mereka, dunia lingkungan menginvasi sistem linguistik dan semantik. Mereka adalah potongan-potongan ideologi” (hal.169).Seperti apa yang diungkapkan Hall dalam Morissan (2014), adanya makna terhadap pesan media yang menimbulkan perbedaan di masyarakat juga tidak lepas dari individu yang secara tidak sadar terpengaruhi oleh pesan – pesan yang diterimanya. Stuart Hall berpendapat pesan – pesan yang dibuat untuk mempengaruhi masyarakat seringkali mempengaruhi dengan cara yang halus. Bukan karena masyarakat yang mudah dibodohi oleh pesan – pesan tersebut. Namun, pesan tersebut masuk ke dalam benak penerima secara halus dan melupakan kesadaran masyarakat bahwa mereka telah terpengaruh terhadap pesan yang sudah diterimanya. Terutama pesan – pesan dari ideologi dominan (hal.551). Durham & Kellner (2006) tingkatan makna yang mengandung denotasi dalam tanda televisual disusun dengan kode yang sangat kompleks dengan sifat yang terbatas atau tertutup. Namun tingkat konotatif dari sebuah tanda yang telah dikode tersebut akan memiliki potensi untuk dirubah menjadi banyak arti. Proses penerjemahan dalam arti yang sebenarnya mengeksploitasi nilai – nilai polisemiknya (hal. 169). Jika tidak ada “makna” yang diambil, tidak akanada “konsumsi”. Jika makna tidak terartikulasi dalam praktik, dia tidak akan memberi dampak (Hal: 163).

Produksi pesan yang dilakukan oleh pendengar atau khalayak akan lebih sederhana jika dibandingkan dengan produksi pesan yang dilakukan oleh televisi atau media. Pemberian umpan balik yang dilakukan oleh khalayak tidak pada akhirnya adalah akibat yang tidak terprediksi secara sempurna oleh *encoder* dalam contoh kasus ini. Oleh

karenanya, pesan tersebut akan lebih beragam dikarenakan keadaan sosial yang berbeda – beda dari khalayak. Dari situlah proses pemaknaan tidak dapat terhibdarkan dimana khalayak sudah menjadi penerima pesan yang disampaikan dan sirkulasi pesan akan berfungsi. Menurut hall dalam Durham & Kellner (2006) Empat tahapan dalam konseptualisasi sirkulasi pesan adalah artikulasi momen-momen yang terhubung (namun berlainan) —produksi, sirkulasi, distribusi/konsumsi, reproduksi (hal. 164). Morissan (2014) memberikan penjelasan bagaimana khalayak melakukan dekoding dan memberikan makna yang berbeda – beda. Saat penerimaan pesan itu berlangsung, khalayak memiliki banyak pilihannya tersendiri untuk melakukan proses dekoding pesan. Sehingga, cara – cara yang diambil secara mandiri tersebut memberikan dampak terhadap interpretasi pesan yang tidak dikehendaki oleh sumber pesan. Hasilnya, makna yang dihasilkan adalah makna yang sangat memungkinkan berbeda. Akibat dari hal tersebut, kemudian muncul berbagai pemikiran yang berlawanan di masyarakat (hal.549).

4. Media Sosial

Nasrullah dalam (Rasyidah, 2017, hal.12) sosial media merupakan wadah bagi audiens untuk menunjukkan siapa dirinya. Sosial media memiliki beragam fungsi diantaranya sebagai wadah untuk menjalin komunikasi, berbisnis, menyebarkan berita, dll. Diantara kelima karakteristik tersebut yaitu: Jaringan, Informasi, arsip dan interaktif.

a) Jaringan

Seperti yang diketahui bahwa eksistensi dari sosial media tidak bisa lepas dari adanya jaringan atau yang biasa disebut dengan internet. Jaringan tersebut teknologitabelt, gadget dll. Kemudian teknologi tersebut menyediakan berbagai forum sosial media seperti facebook, twitter, intagram dll.

2) Informasi

Terdapat berbagai jenis konten dalam sosial media. Salah satu konten yang seringditemukan di sosial media yaitu informasi atau berita. Informasi menjadi konten yang diproduksi oleh audiens itu sendiri dan dikonsumsi oleh antar pengguna.

3) Arsip

Arsip merupakan salah satu karakter dari sosial media yang berfungsi untuk menyimpan informasi lalu kemudian dapat digunakan kapanpun dan melalui teknolgi yang lain. Seperti contoh pada media sosial facebook. Ketika pengguna mengunggah informasi , makan informasi tersebut akan tersimpan dalam flatformnya.

4) Interaktif (interactivity)

Selain komponen jaringan yang merupakan karakter dari media sosial, adanya interaksi yang terbentuk dari jaringan tersebut juga merupakan komponen penting lainnya dalam sosial media. Selain untuk berinteraksi, sosial media juga dimanfaatkan oleh para politis dalam melakukan kampanye menjelang pemilihan umum. Istilah tersebut dinamakan komunikasi politik. Para kandidat mengunggah berbagai macam ide dalam sosial media ya untuk menarik suara masyarakat.

5. Berita Negatif

5.1 Definisi

Mengutip Mitchell V Charnley “Berita adalah laporan yang tepat waktu mengenai fakta, opini yang menarik. Atau penting, atau keduanya yang dibutuhkan sejumlah orang.” (seperti dikutip dalam Wahjuwibowo, 2015, hal. 44). Menurut Campbell & Wolseley, “berita adalah laporan yang baru tentang peristiwa, pendapat atau masalah yang menarik perhatian sebanyak-banyaknya orang.” (hal. 44)

5.1.1 Nilai Berita

Menurut Baskette, Sissors, & Brooks, Dennis & Ismach dalam Wahjuwibowo (2015) berita memiliki nilai – nilai di dalamnya yaitu :

1. Berita memiliki dampak bagi pendengar atau pemirsanya.
2. Berita memiliki sisi menarik agar bisa dinikmati.
3. Adanya konflik. Karena konflik yang dimasukkan dalam berita akan lebih menarik dari hal – hal yang tidak memiliki konflik atau datar – datar saja.
4. Berita yang menarik juga bisa memuat tentang sesuatu yang tidak biasa. Kejadian diluar kebiasaan sehari – hari lebih mendapatkan perhatian masyarakat.
5. Berita memiliki kecepatan. Masyarakat menginginkan berita yang sampai padanya secepat mungkin agar berita bisa diketahui dengan cepat selagi kejadian yang diberitakan masih hangat.
6. Kedekatan antara masyarakat dan berita yang dibuat. Dengan kedekatan tersebut, masyarakat akan lebih mudah tertarik oleh sebuah berita. (Hal.45)

5.2 Kampanye Negatif

Menurut Mark (2006) istilah kampanye negatif mengacu pada kampanye yang dilakukan oleh kandidat politik dengan kecenderungan meyerang lawannya. Dengan

mengesampingkan sisi positif yang dimilikinya sendiri (hal.2). Seperti yang diketahui publik bahwa dalam persiapan pilpres 2019 banyak sekali terdapat kampanye-kampanye negatif di media sosial khususnya Instagram. Kampanye negatif tersebut juga berdampak negatif juga dalam sistem demokrasi kita. Penekanan istilah “kampanye negatif” ada pada usaha yang dilakukan kandidat terhadap lawannya yang hanya berfokus pada serangan apapun yang dilancarkan kepada lawan. Tujuan tersebut mengesampingkan kelebihan dan hal – hal positif yang dimilikinya (hal. 2). Penantang khususnya harus, bersikap negatif terhadap pembuat kebijakan yang mereka coba kalahkan. Penantang harus menunjukkan kelemahan kebijakan yang dibuat oleh petahana dan menunjukkan bagaimana mereka akan melakukan sesuatu secara berbeda. Menjadi negatif pada lawan adalah cara terbaik untuk menarik perbedaan yang jelas dan lari pada masalah yang ditantang penantang. Kampanye negatif juga berarti menajamkan kesalahan – kesalahan lawan melalui verbal maupun psikis (hal. 4).

Memandang kampanye negatif adalah sebuah perspektif. Bagi pemilih, suatu saat bisa berarti menyedihkan, kejam, atau tidak bermoral. Namun, pandangan tersebut juga bisa menjadi sesuatu yang berguna tergantung disisi mana orang dapat melihatnya (Mark 2009 : 2) . Sedangkan berita negatif yang dimaksud penulis disini adalah berita yang memuat atau bertujuan untuk kampanye negatif. Dalam hal ini penulis fokus pada berita negatif atau kampanye negatif tentang pilpres 2019 di media sosial Instagram. Oleh karena itu perlu dijelaskan juga kampanye negatif.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian dan Pendekatan

Menurut Creswell dalam (Raco, 2010) memberikan definisi metode penelitian kualitatif adalah pendekatan yang dilakukan guna mendalami dan mencari tahu sebuah gejala utama atau sentral. Untuk melakukannya, peneliti mengajukan dan menanyakan langsung kepada peserta penelitian. Jawaban yang diperoleh dari peserta penelitian kemudian dikumpulkan dalam bentuk kata – kata atau teks yang kemudian apa yang diperoleh tersebut akan dianalisis oleh peneliti. Hasil yang didapatkan bisa berupa penggambaran, deskripsi yang akan diinterpretasi (Hal:7). Penelitian ini akan mempelajari secara deskriptif dan mempelajari individu yang nantinya akan menjadi narasumber dalam penelitian.

2. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini merupakan anggota DPM FPSB UII yang terdiri dari tiga anggota. Penulis memilih tiga responden tersebut, berdasarkan alasan sebagai berikut :

- a. Ketiga responden sebagai anggota legislatif FPSB UII merupakan mahasiswa yang aktif berpolitik di lingkup fakultas. Hal ini dinilai menjadi perhatian penulis yang menjadikan topik berita negatif Capres 2019 di media sosial sebagai judul penelitian.
- b. Usia dari ketiga responden merupakan mahasiswa satu angkatan yang digolongkan ke dalam kalangan milenial, yang mana kalangan ini juga termasuk dalam kalangan pemilih pemula dalam Pemilu 2019. Kalangan ini biasa disebut *swing voters* yang berarti pilihannya akan lebih mudah dipengaruhi oleh kontestan politik dan tim suksesnya.
- c. Tiga responden adalah anggota DPM FPSB UII, sekaligus mewakili jumlah keseluruhan anggota legislatif tersebut. Jumlah ini diharapkan sudah mencukupi untuk memperoleh data yang variatif.

3. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu yang dibutuhkan untuk proses pengambilan data dari narasumber diperkirakan akan berlangsung selama beberapa hari di bulan Oktober 2019. Tempat yang digunakan penulis dalam proses pengambilan data penelitian adalah di Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia, tepatnya di kantor lembaga DPM Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya di gedung Soekiman Wiryosanjodjo atau menyesuaikan kondisi narasumber.

4. Pengumpulan Data

Menurut Yusuf (2014) penelitian kualitatif memiliki ciri tersendiri mengenai data yang dihimpun di dalamnya. Data yang dihimpun merupakan kumpulan dari gambar dan kata. Bukan dalam bentuk angka (Hal, 333)

Adapun data – data yang dihimpun melalui cara wawancara dan dokumentasi. Wawancara menurut Yusuf (2014) adalah Proses pencarian informasi yang dilakukan langsung dengan sumber informasi melalui komunikasi langsung atau disebut juga dengan *interview*. Peneliti sebagai pewawancara menanyakan langsung apa yang menjadi objek penelitian.(hal:372). Dokumen menurut Yusuf (2014) adalah sebuah

kumpulan catatan peristiwa atau informasi yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumber informasi sebagai data untuk penelitian khususnya penelitian kualitatif. (hal:391)

5. Analisis Data

Seperti yang dijelaskan oleh Raco (2010), analisis data memiliki arti proses pencarian pemikiran, teori, gagasan atau pendapat baru melalui cara sistematis dari bahan – bahan yang diperoleh dengan wawancara dan observasi (*findings*). Penafsiran dan analisis berjalan seiring proses yang dilakukan. (hal.121, 122)

6. Kesimpulan

Model penyajian yang erat dengan penelitian kualitatif adalah dengan menggunakan teks yang naratif. Kesimpulan dihasilkan dari yang didapatkan oleh peneliti di lapangan, kemudian melakukan analisis berbentuk laporan dalam kajian sesuai kasus yang dibahas dalam penelitiannya. (Suyitno, 2018, hal.146).



BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum DPM FPSB UII

Universitas Islam Indonesia (UII) yang terletak di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan kampus swasta berlandaskan Islam yang didirikan oleh para pendiri bangsa. Dalam perjalanannya sebagai salah satu kampus tertua di Indonesia, telah mengalami berbagai peristiwa yang tercatat dalam sejarah. UII telah menjadi wadah dalam pengembangan keislaman dan keilmuan para alumninya yang beberapa diantaranya sudah dikenal oleh masyarakat umum di Indonesia. Peran UII sebagai perguruan tinggi salah satunya dengan jalan pendidikan politik kampus.

Untuk memenuhi kepentingan para mahasiswanya, di lingkup UII para mahasiswa secara mandiri mendirikan lembaga kampus untuk ikut serta mendidik mahasiswa di bidang politik kampus. Dewan Perwakilan Mahasiswa Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia (DPM FPSB UII) merupakan lembaga mahasiswa di lingkup fakultas yang mewadahi segala kepentingan seputar mahasiswa FPSB UII. Lembaga ini tergolong dalam lembaga legislatif di tingkat fakultas. Adanya DPM di lingkup diharapkan dapat menjadi tempat untuk mengaktualisasikan diri diluar kegiatan perkuliahan. Dari segi manfaat juga diharapkan lembaga di lingkup internal fakultas ini bisa memfasilitasi para mahasiswa FPSB untuk memenuhi hak – hak nya selama menjalani proses belajar di kampus dan mewakili seluruh mahasiswa yang menjadi bagian dari Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.

Kampus UII tercatat sejak 21 September 1950 mengusung konsep “*student government*” yaitu pemerintahan di tingkat mahasiswa yang berasal dari mahasiswa dan untuk mahasiswa. Melingkupi segala kehidupan dalam berlembaga di lingkungan kampus. Kemandirian dan independensi menjadi dua aspek penting dalam menjalankan sistem kelembagaan (<https://dpm.uii.ac.id/sejarah-student-government/>). Untuk menjadi anggota legislatif, mahasiswa yang mencalonkan diri harus memenuhi persyaratan yang telah ditentukan bersama melalui Komisi Pemilihan Umum Pemilwa. Pada Bab IV pasal 13 Peraturan Keluarga Mahasiswa UII nomor 3 tahun 2019 disebutkan

“Anggota Dewan Perwakilan Mahasiswa Fakultas berasal dari Anggota KM UII fakultas yang berstatus aktif terdiri atas anggota legislatif mahasiswa tingkat Fakultas yang

terpilih dalam Pemilihan Umum Wakil Mahasiswa KM UII dan ditetapkan pada SU Fakultas KM UII”

Pada periode masa jabatan 2019/2020 ada tiga anggota yang mengisi jabatan di kursi lembaga legislatif. Satu periode jabatan dilaksanakan selama 12 bulan.

i. Fungsi DPM Fakultas

Fungsi Dewan Perwakilan Fakultas tercantum dalam Peraturan KM UII no 3 tahun 2019. Bagian ketiga yang memuat Fungsi Pasal 16

DPM Fakultas memiliki fungsi :

- a. Legislasi;
- b. Anggaran; dan
- c. Pengawasan .

Ketiga hal di atas dijalankan agar kehidupan mahasiswa di lingkup fakultas lebih mandiri dan berjalan dengan arah gerak yang sesuai dengan kampus UII. Anggota legislatif harus memiliki kegiatan – kegiatan yang berkesinambungan baik itu dengan mahasiswa maupun dengan birokrat kampus. Mereka adalah harapan mahasiswa untuk menyerap aspirasi dari seluruh kepentingan mahasiswa di fakultasnya. Beberapa kewenangan DPM dalam dinamika internal fakultas antara lain berwenang memberikan sanksi kepada lembaga dibawahnya yang terbukti melanggar ketentuan yang ada di lingkup FPSB. Kegiatan yang dirancang oleh lembaga . Kemudian untuk menjaga lembaga eksekutif maupun khusus fakultas, DPM memiliki hak untuk mengawasi dan kegiatan kemahasiswaan lingkup fakultas. Seluruh kegiatan atau rancangan kerja lembaga eksekutif didasari oleh persetujuan dari DPM itu sendiri (PKM UII no. 3 th 2019)

ii. Profil Anggota Legislatif DPM FPSB

Hak untuk menjadi anggota legislatif terbuka kepada seluruh mahasiswa di lingkup fakultasnya selagi bisa memenuhi syarat dan ketentuan yang berlaku di lingkungan KM UII. Anggotanya terdiri dari mahasiswa atau mahasiswi fakultas yang terpilih melalui sistem pemilihan yang diselenggarakan oleh KPU UII di setiap periodenya. Dengan kedudukannya yang merupakan lembaga tertinggi di tingkat fakultas, DPM F memiliki tanggung jawab sebagai representasi mahasiswa fakultas dan sebagai pengawas lembaga

eksekutif. Pada periode masa jabatan legislatif DPM FPSB UII 2019/2020 ada tiga mahasiswa FPSB UII yang menjadi wakil mahasiswa di lembaga fakultas. Ketiganya adalah sebagai berikut :

1.



Nama : Ahmad Turmudzi
Umur : 22 Tahun
Prodi : Hubungan Internasional
Angkatan : 2016
Jabatan : Ketua DPM

2.



Nama : Kurnia Illahi
Usia : 24 Tahun
Prodi : Pendidikan Bahasa Inggris

Angkatan : 2016

Jabatan : Sekretaris Jendral

3.



Nama : Aryo Bimo

Umur : 22 Tahun

Prodi : Pendidikan Bahasa Inggris

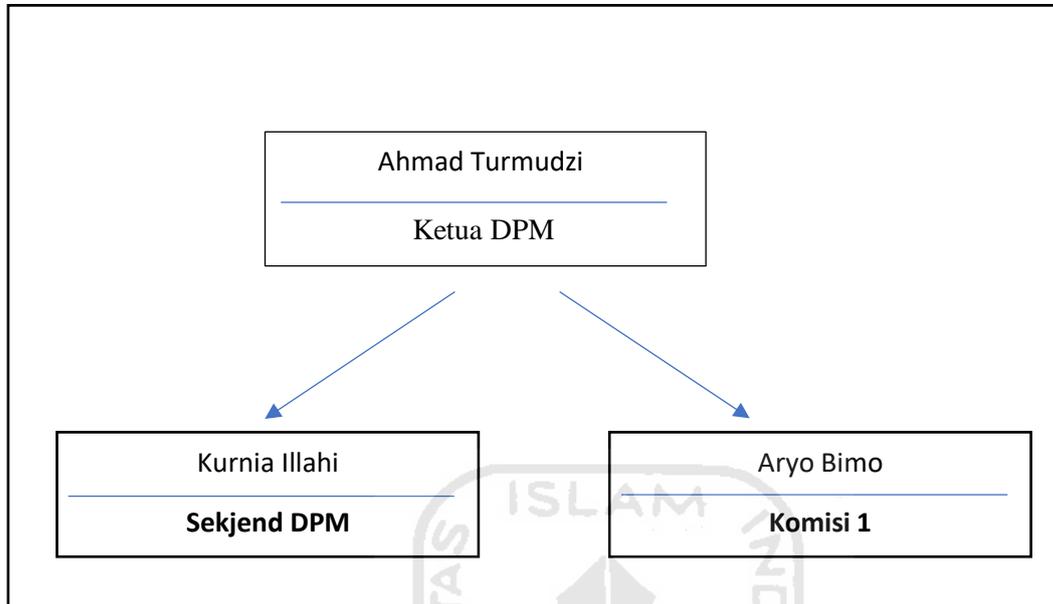
Angkatan : 2016

Jabatan : Komisi 1

iii. Susunan Anggota

Pada periode masa jabatan legislatif DPM FPSB UII 2019/2020 ada tiga mahasiswa FPSB UII yang menjadi wakil mahasiswa di lembaga fakultas. Ketiganya adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1: Susunan Pengurus DPM FPSB UII



iv. Kegiatan Lingkup Lembaga

Pada awal tahun 2019, tepatnya pada bulan Januari, anggota DPM FPSB UII mengikuti kegiatan Training Kelembagaan yang diadakan oleh panitia Pemilihan Anggota Legislatif Mahasiswa (Pemilwa) keluarga mahasiswa UII. Training tersebut membahas mengenai peran dan fungsi legislatif serta membahas tentang kelembagaan yang ada di UII. Kegiatan tersebut juga mendiskusikan program-program apa saja yang akan dilaksanakan oleh legislatif UII. Training tersebut berlangsung selama dua malam tiga hari dan bertempat di Villa Kaliurang.

BAB III

Temuan dan Pembahasan

Tabel 3.1 Data Narasumber Penelitian

No	Responden	Jabatan
1	Ahmad Turmudzi	Ketua DPM
2	Kurnia Illahi	Sekretaris Jendral
3	Aryo Bimo	Komisi 1 dan 2

Berlangsungnya Pilpres 2019 membuat masing – masing Capres memaksimalkan penggunaan media komunikasi sebagai alat kampanye. Salah satunya yaitu menggunakan media Instagram. Berbagai macam berita tersebar di berbagai media, khususnya di Instagram. Penyebaran berita negatif tentang paslon juga tidak bisa dihindari. Dari apa yang telah penulis peroleh dalam wawancara menemukan berbagai sebab yang melatar belakangi audiens dalam mereproduksi suatu berita yang diterimanya. Kemajuan teknologi seiring dengan semakin banyaknya orang yang mencari informasi bagi dirinya sendiri secara mandiri. Sumber informasi yang mudah diakses yaitu melalui internet, yang mana butuh *smartphone* untuk mengaksesnya. Berdasarkan data yang penulis dapatkan, mayoritas pengguna internet di Indonesia adalah kalangan muda. Kemudian dari alasan – alasan tersebut, menjadi latar belakang dipilihnya responden penelitian yang merupakan kalangan muda, mahasiswa, dan melakukan politik aktif di internal fakultas tempat mereka menjalani pendidikan perguruan tinggi.

Responden dari penelitian ini yaitu anggota DPM FPSB UII yang beranggotakan tiga mahasiswa yaitu yang pertama Ahmad Turmudzi, Kurnia Ilahi dan juga Ario Bimo. Ketiga responden tersebut berasal darilatar belakang yang berbeda. karena ketiga mahasiswa tersebut merupakan pelaku politik di lingkungan itu sendiri dan juga ketiganya merupakan representatif dari mahasiswa yang ada di Fakultas Psikologi dan ilmu sosial budaya, khususnya mahasiswa yang aktif dalam politik internal fakultas. Berdasarkan hasil wawancara , penulis menemukan bahwa adanya keterkaitan antara teori yang dikemukakan oleh Stuart hall dengan hasil-hasil atau jawaban dari responden ketiganya memaparkan atau menjawab pertanyaan berdasarkan *decoding* yang telah dilakukan oleh masing-masing individu, pengaruh terbesar dari mana dan

pemaknaan yang mereka lakukan bukan berasal dari media itu sendiri melainkan dia hanyalah sebuah referensi bagi mereka.

3.1 Relasi Produksi:

Khalayak sebagai pemegang kontrol untuk membuat maknanya tersendiri atas apa yang mereka terima dalam bentuk informasi terdapat salah satu faktor yang menurut Hall berhubungan erat yaitu relasi produksi. Untuk memberikan makna sebagai timbal balik sirkulasi pesan, penerima atau khalayak memiliki nilai – nilai yang melekat padanya sampai kapanpun. Seperti yang penulis peroleh pada hasil wawancara dengan responden 1 yang menanyakan tentang latar belakang masing – masing responden mulai dari disiplin ilmu saat ini yang ditekuni di tingkat pendidikan perguruan tinggi . Apa latar belakang jurusan anda saat ini? Turmudzi merupakan mahasiswa jurusan Hubungan Internasional Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia. Saat penelitian ini dilakukan, ia sedang menjalani perkuliahan di semester ke tujuh. Dua responden lainnya yaitu Aryo Bimo dan Kurnia Illahi berasal dari latar belakang pendidikan yang berbeda dengan responden 1, yaitu dari program pendidikan Bahasa Inggris. Seperti yang disebutkan ketika melakukan wawancara .

“lagi ngetik skripsi terus tiba – tiba mentok kayak ini saya hiburan dulu.”

(Turmudzi)

“Saya asalnya dari prodi pendidikan bahasa Inggris angkatan 2016 sekarang semester tujuh”

(Kurnia Illahi)

“Pendidikan Bahasa Inggris Semester tujuh”

(Bimo)

Secara keseluruhan ketiga responden berasal dari fakultas dan universitas yang sama dan juga berada di semester yang sama juga yaitu semester tujuh. Berapakah umur anda sekarang? Berdasarkan hasil wawancara terhadap ketiga responden, Masing – masing usia para responden 1,2, dan 3 pada saat diwawancarai adalah 23, 24, dan 21 tahun. Anda berasal dari daerah mana? Suku? Latar belakang suku dan daerah asal ketiga responden adalah berbeda – beda. Seperti responden 1 merupakan seorang yang mempunyai ayah sebagai keturunan Jawa, dengan ibu yang asli daerah Langkat- Sumatera Utara.

Saya e 2019 ini 23. “Langkat, Sumatera Utara. Kalo ayah sih katanya keturunan Jawa. Kalo ibu asli melayu, Langkat.” (Turmudzi).

Umurnya sekarang 24. “Saya berasal dari daerah Sulawesi Tenggara kota Kendari desa Labuan Bajo. Orangtua itu suku Muna Buton, ibu. Kalo ayah itu suku wao ni’i.” (Kurnia).

Dua Satu. “Magelang .. Iya (dari suku Jawa).” (Bimo).

Kurnia, responden 2 berasal dari kota Kendari- Sulawesi Tenggara. Dengan ibu suku Muna Buton dan ayahnya seorang yang berasal dari suku wao ni’i. Bimo, sebagai responden 3 berlatar belakang asli dari Jawa, tepatnya dari Kota Magelang Jawa Tengah. Salah satu pertanyaan terpenting yang perlu dikemukakan adalah tentang latar belakang suku. Menjelaskan seseorang tumbuh kembang berasal dari mana dan dari suku apa. Hal ini akan mengungkapkan dan menggambarkan bagaimana proses encoding suatu pesan akan mempertimbangkan latar belakang suku atau budaya dari khalayaknya.

Sebagai mahasiswa yang sekaligus menjadi anggota legislatif di lembaga internal fakultas, otomatis peran dan tanggung jawab menjadi bertambah. Hal itu kemudian secara tidak langsung memberikan pengalaman tersendiri kepada responden selama menjalani status sebagai mahasiswa. Kemudian peneliti menanyakan apakah yang membedakan anggota DPM dari mahasiswa biasa. Selanjutnya mengenai pandangan masing – masing responden tentang posisi jabatan yang mereka jalani saat ini di Dewan Perwakilan Mahasiswa.

“Anggota DPM atau legislatif merupakan pengurus lembaga KM UII di lingkup Fakultas. Membawahi seluruh lembaga di lingkup FPSB. Lem, HMJ, UKM termasuk koordinasi dengan Kognisia.” (Turmudzi).

“Beda dong, hehe. Maksudnya secara status kita sama – sama mahasiswa tapi secara tanggung jawab saya disini bertanggung jawab sebagai sekjend dimana setiap kegiatan – kegiatan mahasiswa kita naungi gitu. Jadi setiap ada kegiatan mereka wajib melaporkan setiap kegiatan yang akan mereka kerjakan gitu.” (Kurnia)

“Ya, DPM sebenarnya lebih e kayak mewakafkan dirinya sebagai untuk membantu dan penyalur tangan, penyambung lidah dari mahasiswa ke terutama ke dekanat karena itu adalah tugas dari DPM F menyebarkan informasi dari dekanat ke mahasiswa dan juga menyampaikan keluhan kesah mahasiswa ke dekanat. Lebih ke penyambung lidah aja antar keduanya.” (Bimo).

Jawaban ketiganya menunjukkan sudut pandang masing – masing yang berbeda – beda atas apa yang mereka sedang jalani saat ini di DPM. Responden pertama menjawab dengan arti dari DPM itu sendiri bagi lingkungan kampus. Responden kedua menjawabnya ke arah apa yang telah dialami selama menjabat sebagai sekjen DPM. Lain juga dengan responden ketiga yang menjawab dengan mengemukakan kenyataan bahwa menjabat sebagai wakil mahasiswa adalah wakaf diri.

Masing – masing responden adalah para legislatif kampus di masing fakultasnya. Seorang legislator diharapkan bekerja sesuai dengan tugas – tugas yang diamanahkan kepadanya. Untuk itu penulis mengajukan pertanyaan mengenai apa posisi masing – masing responden di dalam kepengurusan Lembaga tersebut beserta tugas yang sedang dijalaninya. Kutipan wawancara di bawah ini menggambarkan posisi responden saat ini selain sebagai mahasiswa.

“Di DPM, saya diamanahi sebagai ketua DPM. Lalu di dalam DPM terdiri dua divisi. Sekjend dan komisi 1. Namun mereka saling merangkap dengan komisi keuangan, kemahasiswaan, urusan eksternal dan internal.” (Turmuzi).

“Jadi, saya di DPM alhamdulillah diamanahkan sebagai sekretaris jenderal. Nah tugasnya itu sendiri sebenarnya banyak tetapi secara garis besar mengontrol semua kegiatan yang ada di bawahnya. Menginformasikan semua agenda DPM Universitas ke LEM, HMJ atau komunitas – komunitas yang ada di bawahnya” (Kurnia).

“Saya sebagai ketua komisi. Komisi 1 dan 2. Komisi 1 bertugas untuk verifikasi komisi 2 untuk mengatur eksternal. Seperti kunjungan. Kunjungan kemanapun itu seperti HMJ kah atau DPM yang diluar kampus dan semacamnya” (Bimo).

Apa yang peneliti dapatkan dari pernyataan tersebut, ketiga responden bisa dilihat bagaimana mereka berada di dalam status sebagai perwakilan mahasiswa di tingkat fakultas. Hal itu kemudian akan menjadi faktor pengaruh terhadap topik penelitian ini mengingat sebagaimana apa yang telah dikemukakan di bab sebelumnya bahwa mahasiswa yang aktif berpolitik dinilai secara otomatis juga mengerti tentang dunia politik.

Dalam mengelola sebuah lembaga mahasiswa, dibutuhkan wawaasan lebih daripada mereka yang tidak aktif di lembaga mahasiswa. Maka, pernyataan di bawah ini menunjukkan bagaimana mereka bisa lebih memahami tentang dinamika politik di fakultas khususnya. Jawaban dari apa yang telah disampaikan masing – masing responden menunjukkan bahwa mereka juga sadar terhadap apa yang mereka jalani sebagai wakil mahasiswa di lembaga.

“...tentunya ini berdasarkan pengalaman organisasi juga...Jadi, pengetahuan itu (tentang politik kampus) berdasarkan di pengalaman. Bisa dibilang mengabdikan di UII selama sebelum di DPM.” (Turmudzi)

“Saya mendapat wawasan politik kampus itu Cuma sekedar kayak membaca – baca informasi, berita yang baru beredar, kalo ada masalah – masalah terus kayak kemarin ada juga training kelembagaan dimana disitu kita diajarkan bagaimana berlembaga.” (Kurnia)

“Sebenarnya untuk saya sendiri masuk ke politik kampus alasannya nggak setinggi temen – temen yang lain. Karena untuk persepsi saya sendiri masuk ke DPM karena semata – mata saya nggak mau untuk apa namanya. Dibekukan lembaga – lambaganya yang nanti berdampak buruk kepada yang lainnya. Sebenarnya saya juga nggak suka dengan yang berbau – bau politik.” (Bimo).

Untuk menjadi wakil mahasiswa di lembaga, tentu setiap calon harus memiliki bekal pengetahuan atau pengalaman supaya *soft skill* mereka berguna di masa jabatannya. Untuk itu perlu mencari tahu bagaimana para legislator tersebut bisa memiliki wawasan tentang bagaimana cara untuk berpartisipasi dan menjalankan lembaga seperti saat ini. Pertanyaan untuk wawasan berlembaga yang mereka dapatkan berasal dari mana. Sebelum ketiga responden menjadi legislator di fakultas, ada proses yang mereka jalani untuk mengenal atau memahami lembaga mahasiswa. Salah satu bekal mereka untuk mengelola lembaga adalah dengan mengikuti training yang diadakan oleh KPU Pemilihan Mahasiswa UII.

“di HMJ kemudian di LEM nya” (Turmudzi)

“Masalah terus kayak kemarin ada juga training kelembagaan dimana disitu kita diajarkan bagaimana berlembaga.” (kurnia)

“Untuk training sebenarnya ada dulu kalo saya nggak salah inget setelah selesai sidang, setelah selesai pelantikan itu ada kami kayak nge camp gitu sekitar dua hari untuk dilatih dasar – dasar bagaimana legislatif itu bergerak secara optimal. Itu aja.” (ayo bimo)

Hidup di luar kota sebagai mahasiswa setelah tamat Sekolah Menengah Atas mengharuskan untuk memiliki pemasukan atau berasal dari orangtua di daerah asal. Untuk memnuhi kebutuhan sehari – hari dan membiayai kegiatan belajar, penghasilan dari orangtua menjadi penting. Kemudian apakah latar belakang pekerjaan orangtua masing masing responden? Untuk itu penulis menanyakan langsung kepada responden yang kemudian dijawab sebagai berikut :

“Kalo ayah saya itu dia pegawai negeri, di departemen agama. Tapi ya, bukan golongan yang tinggi. Golongannya itu C yang masih dibawah gitu. Jadi ya nggak seberapa juga gajinya. Kalo ibu saya Cuma guru honorer” (Mudzi).

“ Oh kalau ibu, ibu rumah tangga. Bapak PNS. Guru SD.” (Kurnia).

“Ok untuk pemasukan kembali karena memang saya Cuma punya ibu sekarang. Jadi otomatis saya harus membantu ibu. Penghasilan memang berasal dari kami berdua kalo saya pribadi lebih membantu ibu ke masalah bisnis. Bisnis properti dan juga kuliner. Itu yang saya lakukan.” (Bimo).

Ketiga responden memiliki orangtua dengan latar belakang pekerjaan yang berbeda – beda. Terlebih responden 3 yang sekarang karena satu dan lain hal juga membantu pekerjaan ibu untuk menghidupi keluarganya. Hal diatas menjadi salah satu yang memengaruhi responden terhadap jawaban lain yang akan ditulis berikutnya. Salah satu kemampuan terbesar responden dalam memenuhi alat produksi yaitu dengan mengandalkan penghasilan dari masing – masing orangtuanya. Mengingat, para responden yang masih mencari ilmu sebagai mahasiswa di luar kota.

Mengetahui siapa responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini berlanjut dengan kondisi finansial mereka. Khususnya kebutuhan sehari – hari mereka untuk mengakses media yang menjadi sumber informasi mereka dalam mengolah berita negatif masing – masing calon presiden 2019. Responden menjawab sebagai berikut:

“Akhirnya, yaudah saya beli paket data waktu itu sekitar 75ribu. Jadi nggak perbulan jatuhnya. Karena saya memanfaatkan wifi di kampus, wifi di kosan. (wi fi) Itu 50 ribu perbulan.”(Mudzi).

“Mentok – mentok biasanya saya habiskan 60 ribu per bulan paket datanya. Tapi kalo nggak terlalu butuh biasanya di asrama kan ada wifi jadi karena akhir – akhir ini saya Cuma beli 1giga (paket data internet) jadi kebutuhan WA doang. Kalau kemarin – kemarin 60 ribu. Nggak pernah saya beli data sampai 100 ribuan gitu.” (Kurnia).

“Biasanya kalo tanpa wifi saya biasanya beli kuota itu tiap satu bulan 35 giga itu 20 ribu.” (Bimo).

Bagian lainnya tentang relasi produksi responden adalah seberapa banyak kebutuhan finansial untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari di daerah rantau. Hal ini juga bisa menunjukkan kondisi ekonomi yang bersangkutan oleh karena itu penulis menanyakan berapa kisaran pengeluaran per bulan untuk memenuhi sehari-hari.

“Saya berusaha dengan mendaftarkan diri untuk mendapatkan beasiswa semenjak semester tiga. Dapat beasiswa akademik dari fakultas. Tapi dibayar setengah doang dari SPP. Nah itu dibayarin kira – kira lebih dari setengahnya. Terus kemarin saya daftar beasiswa aktifis. Jadi semester empat lima, tiga-enam saya mendapat beasiswa aktifis..... kalo saya kalkulasikan dari apa yang dialami sekitar 500 sampai 800 ribu perbulan. Tapi itu nggak perbulan plek ya mas. Karena ayah saya kalo ngirim ya ngirim. Kalo enggak ya enggak. Saya tidak terlalu memaksakan. Apalagi semester sekarang yang udah nggak ada kuliah lagi.” “Kalo ayah saya itu dia pegawai negeri, di departemen agama. Tapi ya, bukan golongan yang tinggi. Golongannya itu C yang masih dibawah gitu. Jadi ya nggak seberapa juga gajinya. Kalo ibu saya Cuma guru honorer” (Mudzi)

“Kalau sekarang itu bisa 1, bisa 2 bisa 1,5(juta rupiah) tapi kalau awal – awal semester satu itu masih sekitar satu juta tapi semakin kesini menghabiskan 1,5 sampai 2 juta.” “Oh kalau ibu, ibu rumah tangga. Bapak PNS. Guru SD” (Nia)

“sekarang mungkin lebih gampangnya itu untuk masalah kos mungkin kisaran 1,5 juta (rupiah) dan juga untuk makan 30 sampai 50 ribu sehari.” “Ok untuk pemasukan kembali karena memang saya Cuma punya ibu sekarang. Jadi otomatis saya harus membantu ibu. Penghasilan memang berasal dari kami berdua kalo saya pribadi lebih membantu ibu ke masalah bisnis. Bisnis properti dan juga kuliner. Itu yang saya lakukan.” (Bimo)

Berbagai cara dilakukan agar individu mampu bertahan menjalani kehidupan sehari – hari khususnya dalam memenuhi kebutuhan pokoknya. Mulai dari makan, menimba ilmu dan

kegiatan pendukung lainnya. Ketiga responden yang pada dasarnya memiliki latar belakang yang berbeda juga mempunyai cara tersendiri agar hidupnya bertahan atau berkembang di perantauan. Yaitu dengan cara mengambil program beasiswa seperti responden 1, mengandalkan penghasilan orangtua seperti responden 3, dan dengan membantu orangtuanya bekerja sebagai usaha yang perlu ditebus untuk memperkuat finansial sendiri maupun keluarga.

3.2 Infrastruktur Teknis

Pada bagian ini, penulis mencari tahu tentang bagaimana responden menjangkau informasi yang dimaksud. Dalam mengakses media sosial, paling utama dibutuhkan adalah alat apa yang digunakan dalam hal ini yaitu *smartphone* pribadi. Tidak hanya itu, akses media sosial memerlukan jaringan internet. Media sosial yang digunakan juga menjadi pertanyaan selanjutnya. Instagram sebagai media sosial yang menjadi akses bagi para responden dalam menjangkau berita negatif yang dimaksud. Ketika menggunakan media sosial tersebut, maka responden juga membutuhkan jaringan yang memadai. Jaringan yang memadai meliputi penyedia layanan internet bagi telpon genggamnya, jaringan internet umum, maupun milik pribadi berupa internet kabel maupun nirkabel. Berikut ini adalah hasil wawancara peneliti dengan responden mengenai infrastruktur teknis yang berkaitan dengan topik penelitian.

Mengetahui alat apa yang digunakan oleh responden menjadi penting mengingat media sosial dan alat atau gawai saling membutuhkan. Alat merupakan sarana untuk melakukan dekoding atau enkoding pesan. Decoding yang dilakukan oleh responden penelitian ini juga menggunakan media perantara yaitu gawai. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti menemukan bahwa masing-masing responden memiliki *smartphone* pribadi yang digunakan sehari-hari untuk mengakses media sosial.

(iya) Oppo A37 (Mudzi). “Iya (Android)” (Turmudzi).

“Android” (Kurnia). “ (iya) Kalau punya saya harganya 1,7 (juta rupiah) merknya Oppo (A3)” (Nia).

“(iya) Samsung Note 5” (Bimo). “Yes (Android)”(Bimo).

Hal berikutnya yang menjadi pertanyaan untuk mengetahui kegunaan *smartphone* bagi masing-masing responden dan seberapa penting *smartphone* yang dimiliki. Hal ini berhubungan dengan manfaat yang diambil dari *smartphone* itu sendiri, apakah menjadi media hiburan atau juga diambil manfaatnya sebagai sumber informasi dari internet. Jawaban yang diperoleh di bawah ini berhubungan dengan kesadaran masing-masing.

“Kalau saya itu untuk jaman sekarang tergantung urgensi mas. Kalau orang menggunakan smartphone itu adalah untuk kepentingannya dia kerja misalnya, kerja di kantor yang mengharuskan dia memiliki. Kalau seorang itu adalah mahasiswa, yang mana mahasiswa itu harus aktif dalam memantau perkuliahan, unisys dan sebagainya kalau khusus mahasiswa UII. Karena sekarang juga biasanya paperless. Tapi kalau misalnya dia bukan seorang yang terlalu mementingkan hal – hal itu, tidak merasa ada kewajiban untuk memantau ini itu dan sebagainya saya rasa tidak.” (Turmudzi).

“Sangat penting. Bagi orang – orang yang beranggapan demikian. Ada juga kalau saya sih netral. Karena saya kalau menghubungi orang masih bisa menggunakan nomornya atau sms , karena instagram WhatsApp atau Line itu menurut saya kebutuhan sekarang ini Cuma kebutuhan informasi yang kita butuhkan dari kampus. Karena dari kampus sendiri kan tidak menggunakan via sms atau telepon. Selain itu ya kebutuhan yaudah cuma main – main aja nggak ada yang dibuat juga di IG, nggak kayak orang – orang cari duit kan. Jadi ya netral.” (Nia).

“Ya tergantung sih. Gimana orang itu perlu dalam menggunakan smartphone . Karena pada nyatanya di jaman sekarang ini smartphone itu sudah termasuk sebagai kebutuhan mungkin kebutuhan dasar ya. Karena kalau kita lihat dimana – mana orang sudah menggunakan itu. Terlebih lagi kita di lingkungan yang demikian. Belajar mengajar pun mendukung kita untuk memiliki sebuah smartphone. Mungkin 10:10 bagi saya.” (Bimo)

Smartphone yang telah kita gunakan membutuhkan jaringan yang memadai untuk menunjang dan mengoptimalkan fungsi komunikasinya. Terlebih pada saat mengakses media sosial. Oleh karena itu tak lain halnya dengan ketiga responden dibawah ini. Mereka mengungkapkan bahwa kebutuhan mereka di internet telah terpenuhi dengan adanya penyedia layanan jaringan internet yang mereka gunakan selama ini. Kecepatan dan kestabilan jaringan akan mempermudah mereka dalam menjangkau informasi – informasi yang diinginkan.

“Telkomsel, satu kartu aja Alhamdulillah sejauh ini jaringannya 4G terus Iya begitu pula Indiehome. Lancar” (Turmudzi).

“As... Jaringannya mendukung, stabil ya mungkin karena suka aja juga sih. Sebenarnya kalo ada kartu yang lebih bagus daripada itu mungkin saya akan ganti. Maksudnya saya akan pakai tapi tidak akan saya ganti nomor As.” (Kurnia).

“Iya untuk masalah sinyal dan kecepatan dengan harga sebenarnya bersahabat bagi mahasiswa. Itu aja” (Bimo).

Bila setiap responden merupakan mahasiswa dan masih termasuk kalangan milenial, hampir dipastikan sebagai pengguna Instagram juga. Karena seringkali perbincangan publik berawal dari media sosial itu sendiri. Namun, penulis perlu memastikan bahwa ketiga responden dalam penelitian ini juga menggunakan media sosial tersebut.

“Ya, saya pengguna instagram. Tapi sebagai pemantau. Saya pasif bukan aktif.” (Turmudzi)

“Menggunakan” (Kurnia).

“Ya kalo sejauh ini saya pakai Instagram mungkin saya tidak membandingkan terlalu jauh mungkin saya pakai instagram karena konten – kontennya bermanfaat bagi saya pribadi.” (Bimo).

“E, menarik. Konten yang ada di Instagram itu menarik karena e ya sebenarnya konten yang ada itu kan banyak ya. Kita memilih konten yang kita suka. Karena saya memilih konten yang saya suka ya itu menarik bagi saya. Saya tertarik dengan konten dakwah – dakwah Islamiyah gitu. Itu saya follow biasanya jadi itu menarik bagi saya. Kayak hiburan lain – lainnya ya bola.” (Turmudzi).

“Sebenarnya saya biasa aja sih karena pengen ngikut – ngikut doang. Tren – tren doang. Kalau dibilang aku sebenarnya jarang maksudnya pernah nggak buka instagram selama seminggu. Males, kayak lihat orang buka instagram aku juga pengen punya instagram. Tapi nggak

banyak. Isinya di dalam pun aku jarang mempost kegiatan sehari – hari.” (Kurnia).

“saya pakai instagram karena konten – kontennya bermanfaat bagi saya pribadi. Contoh, mem follow orang – orang penting seperti Jack Ma, Marck Zucerberg atau semacamnya itu buat saya lebih betah di Instagram karena isi. Banyak konten dan banyak pengguna dari orang – orang penting atau public figure lebih aktifnya di instagram daripada media – media sosial lain.” (Bimo).

Sebagai pengguna media sosial, tentu setiap pengguna mempunyai alasan tersendiri terlebih apakah aplikasi yang digunakan menarik bagi dirinya atau tidak. Untuk itu, pertanyaan diatas bisa menunjukkan bahwa responden memiliki ketertarikan dalam menggunakan instagram secara konsisten. Dalam arti lain, setiap pengguna akan menerima informasi yang bisa jadi berbeda namun di sisi lain perbincangan publik akan menjadi konsumsi masing – masing penggunanya.

Bagi ketiga responden, instagram memiliki kegunaannya tersendiri disamping sebagai media interaksi sosial daring. Pada dasarnya mereka juga memiliki kebutuhan atau kepentingan untuk menggunakan Instagram. Seperti mencari informasi atau berita yang diinginkan atau mengembangkan wawasan melalui media tersebut. Artinya, bila Pemilu Presiden 2019 adalah topik yang pasti disimak masyarakat, maka mereka secara langsung atau tidak langsung tersentuh oleh berita – berita negatif masing – masing Capres. Pertanyaan diatas juga memastikan bahwa responden menggunakan Instagram. Tak hanya itu, ketiganya juga mengikuti perkembangan berita seputar Pilpres walaupun dengan porsi yang berbeda – beda.

“Iya, saya mengikuti tapi nggak setiap saat saya baca sih” (Turmudzi).

“Jarang – jarang” (Kurnia).

“Untuk pemahaman isu sebenarnya Cuma masalah – masalah yang terjadi aja seperti kebakaran hutan atau demo – demo. Itu aja sih yang saya dapet dari instagram.” (Bimo)

“E, iya instagram itu sebenarnya instagram itu menjadi salah satu media untuk memantau jalannya Pilpres 2019 tapi tidak apa ya. Bukan berarti saya meninggalkan media –media konvensional. Saya membaca juga berita – berita yang ada di berita online kayak di Republika, Tempo. Jadi nggak hanya terpaku pada Instagram.”(Turmudzi)

“Ada juga yang terkait Sherly (Ig : sherlyannavita) tau kan Sherly? Itu aku follow instagramnya. Jadi aku tau tiap kali dia update terkait Prabowo atau Jokowi. Tapi dia netral.” (Kurnia).

“Ya sebenarnya memang secara tidak langsung saya mendapat informasi – informasi itu bahkan di akun – akun dakwah sekalipun. Karena memang e sebagian akun dakwah membahas isu politik itu sendiri. Walaupun saya tidak mengikuti kegiatan –kegiatan politik, saya bisa mengetahui gara – gara akun – akun yang saya ikuti membahas tentang politik.” (Bimo) .

Setiap responden dalam hal diatas menunjukkan mereka punya ketertarikan tersendiri dalam mengikuti berita – berita terkait Pilpres 2019. Kebutuhan mereka akan hal itu tentunya sebagai pembanding antara informasi satu dengan lainnya. Kecenderungan mereka untuk mengikuti berita dikarenakan pilihan pribadi masing – masing responden. Sebagaimana yang telah ditulis dalam kutipan tersebut. Publik figur, atau konten kreator yang mereka ikuti terkadang juga memiliki pilihan atau pandangan politik tersendiri. Hal tersebut juga menjadi salah satu sebab terbentuknya kesan atau citra masing – masing Capres pada opininya.

Untuk mendapatkan informasi yang diinginkan melalui aplikasi Instagram, maka responden perlu tindakan langsung untuk mengakses dan memilih informasi apa saja yang akan diakses. Untuk itu diperlukan informasi yang menunjukkan dimana saja mereka mengakses dan seberapa seringnya mereka kira – kira dalam mengakses media sosial tersebut di sela – sela kegiatan sehari – hari.

“Emm, mungkin kalau dipikir – pikir satu hari tu e ya karena saya kan jarang ya dalam satu hari itu mungkin bisa tiga jam sampai empat jam. Dalam satu hari. Tapi itu bukan full gitu ya . Di kampus aku buka, di asrama kadang – kadang juga buka.”(Turmudzi)

“Sehari itu bisa dibilang buka cuman sekali terus tutup. Menurut aku, aku belum tertarik dengan instagram. Makanya kayak cuman pake aja gitu lho. Kayak gitu.”(Kurnia)

“Ya tapi untuk seminggu belakangan ini saya sudah sangat mengurangi instagram untuk lebih mengefektifkan, lebih produktif lagi . akhir – akhir ini memang saya kurang dari dua jam untuk mengakses instagram sehari – hari.”(Bimo)

Para responden yang merupakan mahasiswa selama berada di perantauan tinggal di tempat tinggal sementara, seperti indekos atau asrama mahasiswa. Maka, tempat – tempat yang sering dijadikan mereka dalam mengakses informasi melalui Instagram juga seputar kampus dan di tempat tinggalnya saat ini. Intesitas ketiganya dalam menggunakan media sosial tersebut juga masih sebatas mengisi waktu ketika tidak ada kesibukan atau menghabiskan waktu luangnya.

“Ya dimana saja. Tadi pagi saya mengakses instagram di rumah dosen saya. Lebih tepatnya kalau saya lagi bosan. Kayak lagi ngetik skripsi terus tiba – tiba mentok kayak ini saya hiburan dulu.” (Turmudzi).

“Di kampus aku buka, di asrama kadang – kadang juga buka. Tapi ya cuman sekedar buka like – like foto orang.” (Kurnia).

“Di kampus aku buka, di asrama kadang – kadang juga buka. Tapi ya cuman sekedar buka like – like foto orang.” (Kurnia). “Iya, kebanyakan kalo ada waktu kosong dikos itu aja. Jarang (buka ig di kampus).” (Bimo).

3.3 Frameworks of Knowledge

Kampanye yang dilakukan pendukung atau simpatisan masing – masing calon presiden memiliki arti yang berbeda bagi setiap individu yang menyaksikannya, khususnya bagi responden penelitian ini. Bagi mereka, kampanye di media sosial yang telah mereka saksikan bersama memberikan kesan tersendiri bagi masing masing responden penelitian sebagaimana kutipan wawancara berikut ini.

Kampanye di media sosial itu penting..Saya membicarakan orang yang ingin namanya baik gitu lho terlebih orang – orang yang ingin terjun ke politik dan dia ingin namanya baik ya dia mau nggak mau harus menggunakan media sosial. Lebih – lebih lagi di Indonesia kan lebih banyak kaula mudanya. Jadi ya lebih banyak megakses instagram itu. Bukan hanya orang muda – muda juga.

Ya gimana ya, menurut aku sih biasa – biasa aja. Kalo sekarang aku juga liat berita bisa di tv atau denger – denger gitu. Mungkin karena sekarang banyak orang yang pake itu jadi penting kayaknya.

Ya karena memang sekarang sosial media memang jadi platform paling utama dan banyak persepsi orang tertarik gara – gara konten – konten yang ada di instagram atau sosial media habis itu menurut saya secara pribadi info yang paling valid dan mungkin info – info yang memancing kita untuk mendapat persepsi baru karena memang gara – gara sosial media terutama instagram

Berita negatif yang tersebar di Instagram tentunya memunculkan pandangan – pandangan individu mengenai pertanyaan yang mempertanyakan mengapa di media sosial timbul berita – berita negatif yang ditujukan kepada masing – masing calon presiden. Bagi responden hal ini juga memiliki tanggapan tersendiri.

“karena orang tentunya tidak bisa dipungkiri bahwa ketika Indonesia ini sudah memasuki masa Pemilu menjadi terbagi dua kubu. Dua kubu ini adalah kubu yang istilahnya mendukung paslon – paslon mereka masing – masing. Diantara kedua kubu ini otomatis ada yang dia orangnya baik. Terus ada dia orangnya ikut- ikutan. Kemudian ada orang yang fanatik. Nah orang yang fanatik ini istilahnya adalah orang yang dia sangat sangat ingin kubu paslonnya menang. Jadi menjelekkkan paslon lainnya.”

“Mungkin karena setiap pendukung mau menang kali ya, jadi mereka juga nggak peduli juga mau pake cara kayak gimana.”

“Karena di media kita tidak tahu mana yang pro dan kontra terhadap salah satu capres. Jika ada berita negatif, kemungkinan besar ada orang yang kontra dan sebaliknya.”

Berbagai macam berita negatif yang tersebar dan ditujukan kepada pengguna media sosial Instagram disikapi secara berbeda – beda oleh penggunanya. Khususnya bagi ketiga responden yang memiliki jawaban masing – masing dalam menyikapi berita – berita yang ada.

Kita juga jangan mudah terprovokasi dengan adanya berita – berita yang beredar di media sosial. Intinya kita harus meneliti lebih dalam lagi apakah berita itu benar- benar ada atau dibuat – buat saja. Kalau saya ya itu tadi dengan melihat media- media lainnya

Aku orangnya netral walaupun kemarin sih aku disuruh milih si Prabowo. Tapi aku juga tidak bisa men judge si Jokowi. Sekalipun memang banyak sekali yang mengatakan bahwa e Jokowi ini sangat buruk. Gitu. Semua orang bahkan orang yang tidak mengakses instagram. Kayak cerita – cerita biasa gitu mereka tetap nggak suka Jokowi.

Ya mungkin kita tidak hanya berpatokan dengan satu atau dua konten – konten yang berkaitan dengan itu dan mungkin kita harus mempunyai referensi dan juga kita harus bisa menggunakan akal sehat kita bagaimana bisa bersosial media dengan bijak.

Meluasnya berita negatif melalui media sosial tidak serta merta ditanggapi tanpa adanya proses selektif yang dilakukan oleh responden. Mengingat, responden merupakan kalangan milenial dan sebagai mahasiswa yang dinilai bisa melihat sesuatu dari berbagai sudut pandang yang lebih luas. Kebenaran dari sebuah informasi sudah sepatutnya diperhatikan agar pengguna media sosial tidak salah dalam mengambil keputusan berikutnya dalam mengartikan informasi yang ada.

Bertanya dengan teman, bertanya dengan dosen mungkin. Karena tidak dapat dipungkiri ketika kita bertanya kepada teman atau dosen juga kadang – kadang bisa menemukan hasil kadang – kadang juga tidak.

Karena tidak jarang kita temui teman kita juga merupakan salah satu yang terlibat dalam hal tersebut

Ya aku paling menerima berdasarkan yang tersebar di media sosial. Di tivi kayak ada pers-pers gitu kan. Kalo mau pasti kan kita harus interview mereka baru kita tau kejelasannya seperti apa.

Ya seperti tadi yang saya bilang dengan memperbanyak referensi dan mungkin yang menjadi patokan saya adalah referensi yang paling banyak membahas sesuatu dan lebih masuk ke akal dan jga ada bukti – bukti yang terkait jauh lebih saya condong untuk percaya.

Banyak isu yang beredar di masyarakat berkaitan dengan masing – masing calon presiden. Penulis menanyakan tentang isu apa yang penting menurut masing – masing responden diharapkan agar responden juga memiliki kepekaan dalam menyerap isu – isu nasional khususnya di media sosial. Jawaban yang diperoleh menggambarkan bagaimana responden memilih isu yang menjadi perhatiannya dan mungkin ada yang menganggap bahwa isu atau berita – berita yang ada tidak dianggap penting.

“Isu yang paling penting ini, saya melihat bahwa salah satu Paslon mengangkat kesejahteraan ekonomi karena melihat dari sebelumnya ekonomi itu belum begitu baik . lalu kemudian bahkan dari banyak pekerja – pekerja yang non Indonesia masuk nah itu menjadi isu yang sering sekali diangkat bagi salah satu Paslon. Itu. Kesejahteraan ekonomi karena itu kalo saya nggak salah liat ya saya pernah ketika di dalam kelas kita berdiskusi terkait Pilpres . salah satu orang yang mendukung Paslon itu mengatakan bahwa pembangunan itu sudah bagus di Indonesia. Lalu kemudian kita lihat ke berita yang mana kita bisa melihat bahwa pertumbuhan ekonomi di Indonesia itu stagnan yang targetnya tujuh persen sekarang hanya lima sekian persen. Targetnya belum tercapai. Dan juga masalah pembangunan di Bagian Timur menjadi salah satu isu yang saya sering lihat diangkat di Pemilu ini.”

“ Kayanya lebih ke ini deh, kesejahteraan negara. Soalnya waktu itu kayanya aku pernah dengar si 01 itu dia apa ya. Waktu debat capres itu mereka sama – sama em berargumen terkait kebakaran hutan dan jalan tol. Aku lupa. Aku nggak terlalu mengikuti alurnya. Kayanya aku nggak tahu deh”

“Ya untuk isu masalahnya juga sebenarnya belum terlalu mengetahui tentang itu tapi sejauh yang saya dpaat adalah banyak juga kekacauan pada presiden tahun ini. Dengan adanya berbagai hal yang terjadi di Indonesia dalam konteks buruk banyak juga masyarakat yang kecewa tentang hal itu.”

Isu yang banyak beredar diantaranya adalah isu tentang kelompok radikalisme yang menunggangi politik nasional. Responden diberikan pertanyaan untuk menggali pendapat masing – masing tentang berita yang memuat isu – isu tentang radikalisme. Kemudian, jawaban yang diperoleh secara tidak langsung juga memuat keberpihakan mereka dalam memberikan umpan balik terhadap isu yang dimaksud.

“kalau dikatakan isu radikalisme saya rasa tidak ada isu radikalisme yang sehangat di era pemerintahan 2014-2019 ini. Kalau yang saya lihat pemerintahan sebelumnya tidak ada membahas itu.”

Aku nggak nonton atau nggak dengar dia mengkampanyekan itu. Kalo aku yang jelas karena negara Indonesia itu negara muslim. Seharusnya kita itu kepemimpinan kilafah itu yang lebih bagus. Apalagi banyak isu – isu terkait LGBT apalah segala macam. Gitu

Ya itu sih mungkin yang tadi pernah dibilang juga masalah kepemimpinan dan berkaitan dengan Islam, kilafah atau dengan semacamnya yang berkaitan dengan islam. Dan banyak juga catatan besar sebenarnya yang lupa tadi saya sampaikan hal apapun keburukan selalu dikaitkan dengan Islam. Makanya secara nggak langsung Islam terpecah belah dengan berbagai pola pikir masing – masing dan itu justru akan merugikan umat Islam di suatu saat nanti.

Menjadi isu yang beredar di masyarakat secara tidak langsung mengundang tanggapan yang berbeda – beda dari setiap individu yang mengetahui informasi yang diterimanya,

termasuk isu tentang radikalisme. Responden kemudian diminta untuk menjawab sejauh mana isu tersebut dianggap penting bagi mereka dan tanggapan apa yang muncul dari masing – masing. Apakah radikalisme menurut anda menjadi isu penting? Berikan alasannya?

“ Saya tidak melihat isu radikalisme dalam artian agama itu menjadi topik yang hangat seperti sekarang ini. Bila dilihat ketika pemerintahan sebelumnya. SBY, ya mungkin isu agama itu ada. Tetapi tidak sehangat isu radikalisme yang ada saat di pemerintahan ini. Karena ini kan berawal dari isu 2016 itu kan ketika yang terjadi di Jakarta secara masif itu. Itu saya rasa baru ada di pemerintahan ini saja baru terjadi itu. Dan di pemerintahan saat ini banyak sekali demo – demo. Tidak hanya yang berkaitan dengan agama tetapi juga dengan hal lainnya. Misalnya HAM, ekonomi ya banyak.”

Hmm isu radikalisme itu kayanya Cuma buat menjatuhkan lawan aja deh. Paling kan yang kita tau Cuma radikalisme dihubungin sama ganti sistem negara gitu aja

Mungkin untuk para politikus dan orang – orang yang ahli di bidang itu penting untuk dibahas tapi kalo untuk saya pribadi kembali lagi karena saya juga msyarakat biasa saya juga tidak mempunyai pengaruh apapun terhadap pemerintahan. Jadi saya berharap yang terbaik untuk negri ini

Sebagai seorang yang memiliki kepekaan dalam menyaring informasi maka perlu ditegaskan bagaimana responden menyikapi informasi yang bernilai benar atau salah supaya tidak tersesat dalam informasi yang sengaja dibuat untuk tujuan kelompok – kelompok tertentu. Oleh karena itu, bagaimana responden menyikapi berita – berita yang ada juga penting karena akan menggambarkan kemampuannya dalam menyaring berita – berita yang ada saat itu.

“sebagai seorang mahasiswa yang bisa disebut kaum terpelajar . kita tidak bisa menyikapi sesuatu dengan emosi karena kita kan harus lebih berfikir lebih dalam. Sebenarnya ketika pun yang diberitakan memang benar. Misalnya berita tentang kecurangan Pemilu. Saya rasa

juga tidak harus marah. Tapi kita menanggapi dengan tenang lalu kita kroscek apakah di media lainnya juga sama infonya.”

“Kalo aku lebih percaya media sosial yang aku follow itu Sherly (@sherlyannavita). Maksudnya percaya nggak percaya dia Cuma mengutarakan pendapat disitu. Jadi percaya lah karena itu keluar dari mulutnya langsung. Kayak di matanajwa juga yang diundang kan disitu mereka mengungkapkan pendapatnya masing – masing.

“Tidak, karena kebanyakan hanya pandangan subjektif orang saja.”

Calon presiden petahan menjadi sosok yang harus diberikan perhatian lebih dalam pemilihan presiden 2019. Selain sebagai calon untuk kedua kalinya, calon petahana juga sudah mempunyai jejak kepemimpinan satu periode. Responden kemudian akan memberikan opini pribadinya terhadap prestasi – prestasi calon presiden petahana yang mana tanggapan tersebut juga menggambarkan “*frameworks of knowledge*” yang dimiliki oleh masing – masing responden. Maka dari itu perlu penulis tanyakan pandangan masing – masing mengenai prestasi yang dilihat dari presiden Jokowi.

“Ya okelah ketika kita kita menilai sesuatu tidak hanya dari sisi negatifnya saja. Mungkin kalau misalnya saya harus menilai, dari sisi prestasi. Bisa dibilang mungkin pembangunan atau infrastruktur salah satunya. Karena kan di presiden sebelumnya belum ada LRT, di Sumatera juga setau saya karena jalannya yang begitu terjal dan lain sebagainya sehingga sulit kerap kali menyebabkan kecelakaan. Sekarang sudah ada jalan tol dai Lampung ke Palembang. Mungkin itu bisa disebut prestasi.”

“Enggak, cuek sih saya tidak begitu mengikuti.”

“Ok kembali lagi karena tadi saya bilang kalo untuk prestasi atau yang belum dicapai saya tidak pernah tahu tentang hal itu tapi saya baca adalah mungkin terkait bu Susi karena tindakan tegas terhadap pencuri – pencuri ikandi Indonesia. Mungkin lebih ke itu aja daripada untuk ke presiden itu sendiri.”

Pertanyaan terakhir kali ini sedikit memberikan gambaran dan paneilaian atas apa yang disampaikan oleh responden bagaimana proyeksi mereka terhadap calon presiden yang akan mereka pilih. Pakah mereka berpihak kepada calon petahana atau berlawanan untuk mendukung presiden petahana karena dlaam jawaban pertanyaan ini menunjukkan perhatian mereka terhadap manfaat yang mereka peroleh atas prestasi yang dicapai oleh presiden Jokowi. Seperti yang penulis tanyakan tentang harapan apa yang responden miliki untuk presiden terpilih selanjutnya. Dari jawaban tersebut masing – masing responden mengungkapkan opininya mengenai harapan terhadap pemerintah yang mendapat amanah dari masyarakat.

Saya mengharap semoga beliau lebih bisa lagi mempertimbangkan kebijakan – kebijakan yang beliau buat dengan mengedepankan kepentingan rakyat tanpa membuat decision atau keputusan sendiri. Tapi juga harus meninjau dari sudut pandang kepentingan dan kesejahteraan rakyat itu sendiri. Ya semoga aja bisa berubah

Harapannya sih bisa lebih baik lagi dari periode yang sebelumnya. Kayak misalkan membikin undang – undang kan harus mengajak semua pihak biar nggak ada demo – demo lagi. Bukan hanya tim – tim mereka aja yang paham.

Oke, mungkin lebih bisa em berani melawan arus berani melawan tantangan. Lebih bisa berdiri di kaki sendiri tanpa harus mempertimbangkan kecenderungan atau hal hal – hal buruk di belakangnya. Jadi kembali lagi seseorang yang memimpin adalah sesuatu yang riskan. Dan jangan pernah berharap untuk disukai oleh banyak orang kalo menjadi seorang pemimpin. Karena pemimpin memang risikonya jauh lebih besar dan kalo memang presiden itu pernah dimasukkan ke dalam 50 orang muslim berpengaruh di dunia tunjukkanlah itu dengan cara memperbaiki citra Islam di Indonesia

Pembahasan

Penulis akan membahas mengenai apa saja yang ada di dalam hasil wawancara dengan para responden. Kemudian temuan – temuan tersebut akan berhubungan dengan apa yang telah dikemukakan Hall mengenai teori *decoding*. Proses menyandi balik pesan – pesan yang didapatkan responden dalam penelitian ini yaitu pemberitaan akun – akun di media sosial instagram mengenai pasangan calon presiden tahun 2019. Responden memiliki kemampuan untuk memberikan umpan balik sebagai khalayak aktif. Dengan kemampuannya tersebut, maka akan banyak sekali sebab atau faktor yang mendukung mereka dalam melakukan proses umpan balik sebuah informasi atau berita. Faktor – faktor tersebut terangkum dalam gagasan Hall yaitu Relasi produksi (*relations of productions*), infrastruktur teknis (*technical infrastructure*), dan kerangka pengetahuan (*frameworks of knowledge*)

Sebagaimana apa yang telah diungkapkan oleh Hall dalam Durham & Kellner (2006) bahwa sebuah pesan bersifat tidak simetris yang mana arti dan maknanya bisa saja berbeda dari apa yang telah disusun melalui proses enkoding (hal. 163). Decoding atau penyandian dalam hal ini ditujukan kepada mereka yang menjadi penerima atas berita-berita yang disampaikan oleh sebuah pesan di media sosial. Pesan – pesan tersebut mengarah ke pesan yang negatif untuk memengaruhi opini masyarakat di tengah masa pemilihan calon presiden dan wakil presiden Republik Indonesia 2019. Dalam kaitannya mengenai berita yang ada, salah satu yang menjadi sorotan khalayak adalah berita negatif. Berita yang dimaksudkan dalam berita negatif adalah segala informasi yang disebarkan melalui media sosial instagram tentang kampanye berisi hasutan, isu negatif untuk mendiskreditkan lawan politik. Berita – berita tersebut kemudian menjadi konsumsi publik selama berlangsungnya proses Pemilu Presiden 2019.

A. Dekoding

Berdasarkan temuan data yang diperoleh peneliti selama pencarian data, maka pada bagian ini akan dibahas bagaimana data yang ada berkaitan dengan teori Hall yang membahas tentang dekoding. Beberapa aspek yang memengaruhi audiens dalam melakukan dekoding suatu pesan adalah relasi produksi, infrastruktur teknis, dan kerangka pengetahuan

1. Relasi Produksi (*Relations of Productions*)

Decoding atau menyandi balik sebuah pesan yang dilakukan oleh khalayak berkaitan dengan nilai – nilai personal yang ada pada diri khalayak itu sendiri. Nilai – nilai personal atau pribadi diantaranya adalah siapa orang tersebut. Dalam diri

seseorang terdapat identitas yang menggambarkan status sosial, ekonomi, atau kedudukannya di masyarakat. Menurut Durham (2006) pemaknaan pesan dibingkai oleh struktur pemahaman sekaligus diproduksi oleh relasi sosial dan ekonomi, yang mana membentuk “perwujudan” dari sudut penerimaan dan membiarkan makna-makna ditandai dalam diskursus untuk dapat diubah urutannya dalam praktik atau kesadaran (untuk mendapatkan nilai kegunaan sosial atau efektivitas politik) (Hal:165 ,166).

Dekoding pesan yang dilakukan oleh audiens akan lebih sederhana jika dibandingkan dekoding pesan yang dilakukan oleh media. Menurut Durham (2006) sebuah pesan dari suatu media akan memiliki struktur yang lebih rumit dan kompleks dimana media dituntut untuk menyesuaikan khalayak. Media terlebih dulu mempelajari khalayak sebelum memproduksi sebuah pesan. Sebuah pesan juga disusun oleh keterampilan organisasi (hal. 164). Sedangkan dekoding bagi individu terhadap sebuah pesan hanya terjadi lewat apa yang di sampaikan sebagai penerima pesan. Alat produksi sudah melekar dalam dirinya (pengetahuan, kemampuan ekonomi, pengalaman, dan sebagainya).

Sebagai khalayak menjadi kepastian bila menjadi sasaran sebuah pesan yang tersiar secara luas. Maka responden sebagai individu dan yang menjadi sasaran pesan memiliki “modal” di dalam dirinya untuk menjadi mereproduksi pesan yang didapatkan sebagai bentuk dari proses sirkulasi pesan. Hubungan yang terbentuk antara pengirim – penerima memberikan pengaruh tersendiri terhadap seberapa efektifnya dampak yang dihasilkan dari pesan – pesan tersebut (Durham & Kellner, 2006, hal.166). Dalam hal ini responden memiliki modal yang bisa digunakan untuk mereproduksi pesan yang diterima. Hal – hal tersebut berkaitan dengan latar belakang , budaya, ekonomi yang telah ada. Oleh sebab itu, sebuah pesan yang direproduksi oleh khalayak terbentuk tidak sempurna karena beberapa sebab tersebut.

a. Latar Belakang Budaya dan Pendidikan

Dalam penelitian ini, masing – masing responden penelitian memiliki status atau identitas yang melekat pada dirinya masing – masing. Status atau identitas tersebut yang berhubungan dengan topik penelitian yaitu responden berasal dari mahasiswa, usianya masih muda antara 21 sampai 23 tahun, yang mana usia tersebut juga sudah memenuhi syarat batas usia minimal untuk memilih langsung dalam pemilihan umum . Ketiganya juga memiliki latar belakang ekonomi dan budaya yang berbeda.

Ketiga responden yang menjadi narasumber penelitian ini merupakan para mahasiswa yang sedang menimba ilmu di Universitas Islam Indonesia. Khususnya mahasiswa Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. Pada saat diwawancarai, mereka tidak hanya sebagai mahasiswa biasa. Namun, ada tambahan tanggung jawab lain sebagai wakil mahasiswa di lembaga internal, yaitu dengan mengemban amanah sebagai anggota dewan perwakilan mahasiswa lingkup fakultasnya. Dengan berperan sebagai wakil mahasiswa mereka belajar hal - hal lain diluar masa perkuliahan, khususnya belajar mengenai politik kampus.

Budaya yang melekat pada ketiga responden juga memiliki perbedaan daerah dan suku. Dimulai dari responden pertama, berasal dari Langkat, Sumatra Utara. Responden kedua berasal dari Kendari, Sulawesi Tenggara. Responden ketiga berasal dari daerah Magelang Jawa Tengah. Menurut Morissan (2014) menyebutkan persepsi, pemikiran, dan pengalaman masa lalu menjadi hal yang berkaitan ketika seseorang melakukan dekoding terhadap pesan yang diterima (hal.548)

Latar belakang berikutnya yang dimiliki oleh responden yaitu statusnya sebagai mahasiswa yang masih menjalani masa belajarnya berdasarkan program studi masing – masing. Responden pertama memiliki latar belakang mahasiswa Hubungan Internasional yang telah memulai masa belajarnya sejak tahun 2016. Program studi Pendidikan Bahasa Inggris dijalani oleh kedua responden lainnya yaitu Kurnia dan Bimo yang sama – sama memulai pendidikan di UII sejak tahun 2016.

b. Latar Belakang Ekonomi

Hal – hal yang berhubungan dengan ekonomi, latar belakang budaya dan pendidikan akan memberikan pengaruh dalam menyandi balik atau *decoding* terhadap pesan atau informasi yang sampai kepadanya. Durham (2006) menjelaskan produksi yang dilakukan oleh media adalah mengkonstruksi pesan. Dengan kata lain, sirkulasi pesan dan makna dimulai disini. Proses produksi memiliki perhatian supaya pesan terdapat nilai untuk diperbincangkan: ia juga dibingkai dengan makna dan ide: pengetahuan yang digunakan mencakup rutin produksi, kemampuan teknis yang telah terbukti, ideology profesionalism pengetahuan institusional, definisi dan asumsi, asumsi tentang pendengar dan hal lainnya yang membentuk dasar program televisi melalui struktur produksi ini(hal:164). Hal ini juga berlaku pada penerima pesan yang melakukan penyandian ulang atas makna apa yang akan diberikan selanjutnya. Karena

proses komunikasi terjadi berputar menjadi sirkulasi pesan antara pengirim dan penerimanya.

Apa yang melekat pada responden saat ini dalam bentuk material tak lain juga andil dari orangtua mereka masing – masing. Seperti ayah dari Turmudzi yang bekerja sebagai ASN di departemen agama dan ibunya yang menjadi guru honorer. Ia menambahkan bahwa ayahnya seorang ASN yang golongan pangkatnya bukan termasuk golongan tinggi. Kurnia sebagai responden kedua tidak jauh berbeda dari Turmudzi. Ia memiliki ayah yang bekerja sebagai guru SD. Sedangkan ibunya sebagai ibu rumah tangga. Lain dengan responden ketiga yaitu Bimo. Walaupun ia sekarang hanya dengan seorang ibu namun ia masih memiliki bidang usaha di sektor kuliner dan properti.

Responden dilihat sebagai individu dalam kaitannya khalayak sebagai individu. Morissan (2014) menerangkan pernyataan dari para ahli teori studi kultural bahwa masyarakat dilihat dalam konteks yang lebih luas (hal.549). Individu sebagai bagian dari masyarakat memiliki pandangannya tersendiri terhadap hal - hal yang telah disetujui di dalam masyarakat itu sendiri. Maka responden sebagai mahasiswa juga perlu dilihat sebagai bagian dari masyarakat. Mereka juga bagian dari lingkup terkecil lingkungannya. Dalam hal ini, responden memiliki status, peran, dan tanggung jawab yang menggambarkan hal itu merupakan bagian yang termasuk kedalam relasi produksi. Responden saat penelitian ini berlangsung memiliki kesamaan yaitu antara lain, sebagai mahasiswa, sebagai anggota legislatif fakultas. Beberapa hal yang melekat dalam diri responden juga secara tidak langsung memberikan pengaruh responden dalam melakukan dekoding pesan yang mereka terima.

2. Infrastruktur Teknis (*Technical Infrastructure*)

Sebuah pesan yang direproduksi telah melalui proses *decoding* untuk sampai pada pembentukan makna. Khususnya pembentukan makna yang dilakukan oleh khalayak aktif. Infrastruktur teknis menjadi salah satu pendukung responden dalam melakukan penerjemahan pesan atau sandi. Infrastruktur teknis disini menjelaskan bagaimana responden mengakses informasi dengan menggunakan alat pribadi yang mereka miliki saat ini. Alat – alat tersebut berupa ponsel pintar, dan jaringan seluler.

Kaitannya dengan dekoding, individu sebagai khalayak memastikan agar memiliki media sebagai alat perantara dalam memenuhi kebutuhannya untuk menjangkau informasi – informasi yang dibutuhkan pada jenis media yang diinginkan. Untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam mengakses berita negatif mengenai

pasangan Capres-Cawapres 2019 maka idealnya responden memiliki perangkat yang bisa mengakses media sosial Instagram. Perangkat tersebut termasuk dalam gawai seperti *smartphone*, *Tablet PC*, komputer. Tidak hanya itu, perangkat yang dimiliki juga harus mendapatkan akses jaringan yang memadai untuk menjelajah di dunia maya, khususnya di Instagram. Infrastruktur teknis dipenuhi oleh responden agar mereka bisa mengakses media sosial melalui internet. Relasi produksi yang dibahas sebelum ini penulis menilai sedikit banyak memiliki pengaruh yang mana kondisi sosial dan ekonomi responden berpengaruh sesuai dengan infrastruktur yang digunakannya.

Ketiga responden memiliki latar belakang ekonomi yang sedikit berbeda. Hal itu juga secara tidak langsung memengaruhi kemampuan responden dalam memenuhi kebutuhan alat untuk mendapatkan akses yang baik ketika menggunakan media sosial. Berdasarkan temuan yang peneliti dapatkan, masing – masing responden memiliki *smartphone* sebagai alat utama yang sudah memadai untuk digunakan dalam aktifitas penjelajahan di dunia maya, khususnya di media sosial. *Smartphone* yang digunakan oleh ketiganya yaitu Oppo A37, Oppo A3, dan Samsung Note 5. Sesuai dengan alat yang digunakan masing – masing responden, memiliki hubungan dengan latar belakang ekonominya. Responden 1 dan 2 yang memiliki orangtua sebagai ASN Departemen Agama dan Guru yang mana berdasarkan keterangan dari responden juga memperjelas golongan pangkat yang tidak tinggi dengan menghabiskan biaya hidup setiap bulan pribadinya selama di perantauan yang hampir sama memiliki alat yang harganya tidak jauh berbeda. Lain dengan responden 3 yang memiliki alat komunikasi dengan harga yang lebih mahal nila dibandingkan dengan responden 1 dan 2.

Jaringan yang merupakan kebutuhan penting dalam mengakses dunia maya atau internet, tidak menjadi masalah untuk ketiganya saat membutuhkan informasi yang mereka inginkan di Instagram. Menggunakan data seluler di ponsel ataupun menggunakan jaringan internet publik juga mereka tidak mengalami kesulitan. Misalnya, mereka memiliki data seluler yang digunakan sendiri oleh masing – masing responden. Jaringan yang digunakan ada dua macam yaitu Telkomsel dan 3 (Tri) menurut yang penulis rangkum dalam hasil wawancara ketiganya. Ada alasan yang mereka ungkapkan mengapa menggunakan penyedia layanan internet tersebut. Beberapa diantaranya adalah kestabilan jaringan, kecepatan jaringan, dan dalam segi ekonomis mereka.

Jaringan nirkabel atau *wi-fi* juga menjadi pilihan sebagai saran penunjang dalam mengakses media sosial. Pilihan mereka dalam menggunakan jaringan nirkabel

adalah ketika mereka berada di tempat tinggalnya, di kampus, atau di tempat umum yang menyediakan jaringan internet umum. Berdasarkan jawaban yang diperoleh, IndieHome menjadi akses utama mereka ketika menghabiskan waktu menggunakan internet di tempat tinggalnya. Mengacu pada apa yang telah peneliti temukan terhadap responden mengenai hal – hal yang mencakup bagaimana infrastruktur teknis yang dimiliki oleh responden bahwa mereka mampu mengakses media sosial Instagram dengan minim hambatan. Segala peralatan yang dibutuhkan mereka dalam mengakses medianya telah mereka miliki.

Berdasarkan temuan yang diperoleh oleh peneliti dalam wawancara terhadap responden, kemampuan responden dalam menyediakan atau memenuhi alat yang digunakan sebagai penghubung pesan yang diterima sudah memadai dalam segi efektifitas alat yang digunakan. Sebagaimana fungsi dari gawai itu sendiri sebagai media informasi dan hiburan bagi penggunaannya. Jaringan yang digunakan oleh responden dalam mengakses atau menjelajah informasi – informasi di media sosial Instagram sudah cukup mendukung bagi masing – masing responden penelitian untuk digunakan sehari – hari dalam memenuhi kebutuhan informasi di media sosial.

3. Kerangka Pengetahuan (*Frameworks of Knowledge*)

Pengetahuan akan selalu dibawa sampai kapanpun. Pengetahuan pula yang mendasari seseorang akan mengambil keputusan dalam hidupnya. Dalam hal ini berkaitan dengan *frameworks of knowledge* yang digagas oleh Hall. Menurut Morissan (2014) persepsi, pemikiran, dan pengalaman masa lalu memberikan pengaruh seseorang dalam melakukan dekoding terhadap pesan yang diterima (hal.548). Salah satu sebab terbentuknya pengalaman dan persepsi adalah budaya. Morissan (2014) mengemukakan budaya juga membentuk ideologi yang terbentuk atau bahkan mengubah dikemudian hari (hal.545). Pada sub bab sebelumnya, telah dijelaskan bagaimana latar belakang responden baik dirinya atau keluarganya tentang asal usul latar belakang budaya. Selanjutnya apa yang dijelaskan dalam hal ini kaitannya antara responden dan berita negatif dalam memberikan umpan balik tak lain salah satunya dari cara pandang masing – masing yang terbentuk karena adanya latar belakang budaya yang memengaruhi selama ini. Ketiga responden memiliki kesamaan pengalaman diantaranya, menjadi mahasiswa, menjadi anggota legislatif lembaga mahasiswa, dan menjadi kalangan milenial yang memiliki usia yang hampir sama. Lain dengan hal itu ketiga responden memiliki perbedaan yang dipengaruhi oleh tiga hal tersebut diatas.

Sebagai mahasiswa sekaligus aktif berlembaga, responden penelitian ini diharapkan memiliki pemahaman yang lebih atau memiliki wawasan politik yang mencakup skala nasional.

a. Menanggapi Berita Negatif

Berita negatif menurut arti dari para presponden memiliki arti yang berbeda - beda. Bila diurutkan sebelum seseorang menerjemahkan isi media, pemikiran seseorang dalam menerjemahkan isi media terbentuk dari masa lalu. Latar belakang yang terbentuk berdasarkan keturunan, tempat seseorang lahir dan tumbuh, pendidikan keluarga, pendidikan formal atau informal, hingga agama yang dianut oleh responden. Ketika responden menanggapi atau memberikan umpan balik terhadap berita – berita negatif yang mereka terima, hal – hal tersebut menjadi modal untuk mereproduksi pesan sebagai respon alami antara pengirim dan penerima pesan. Latar belakang responden yang peneliti ketahui berdasarkan hasil wawancara yaitu responden pertama memiliki latar belakang budaya sebagai orang Sumatra Utara, tepatnya di Langkat dengan bapak masih memiliki keturunan Jawa. Sedangkan reponden kedua berasal dari Sulawesi Tenggara yang menjadi bagian dari suku wa'oni dan muna buton. Responden ketiga sebagai orang yang berasal dari Magelang Jawa Tengah sekaligus sebagai orang Jawa yang juga tumbuh di lingkungan berbudaya Jawa.

Baik responden ataupun isu terkait memiliki hubungan ideologi. Hubungan tersebut terbentuk oleh status sebagai warga negara, hidup di wilayah budaya Indonesia dan terbentuk berdasarkan keyakinan dalam beragama. Sebagai seorang mahasiswa yang juga tergolong kedalam kalangan milenial, ketiga responden memiliki cara masing – masing untuk selektif dalam menyikapi berita negatif yang mereka terima. Cara tersebut dilakukan secara mandiri oleh mereka sebagai usaha atas kesadaran bahwa berita – berita negatif tersebut bisa merugikan bagi dirinya sendiri. Apa yang dilakukan oleh responden sudah cukup bijak sebagai individu yang tidak menerima begitu saja informasi yang beredar selama proses Pemilu Presiden 2019 berlangsung. Kesadaran mereka dengan usahanya masing – masing dilakukan dengan cara berdiskusi dengan teman – teman yang juga kebanyakan sebagai sesama mahasiswa. Ada juga yang mengajak membicarakan kepada dosen terkait isu atau berita negatif yang telah diterimanya

Sebagai pemimpin pemerintahan Republik Indonesia dalam satu periode, masyarakat berhak memiliki penilaian pribadi terhadap pemerintahan calon presiden

petahana. Responden juga diberikan pertanyaan bagaimana tanggapan responden terhadap calon presiden petahan. Salah satu pertanyaan yang mewakili hal tersebut adalah bagaimana tanggapan responden terhadap prestasi yang telah dicapai pemerintah dalam lima tahun kebelakang. Salah satu pertanyaan tersebut juga bisa menjadi indikator bagaimana responden mengambil sudut pandang terhadap berita negatif yang telah mereka terima. Tanggapan tersebut bisa berupa pernyataan tersirat yang terkandung dalam jawaban yang diberikan responden terhadap pertanyaan terkait.

Jawaban yang diberikan mengambil sudut pandang masing – masing responden. Termasuk di pihak mana responden memberikan posisi dalam menyikapi berita negatif masing – masing calon presiden 2019. Hal tersebut secara tersirat terkandung dalam jawaban seperti tidak peduli, acuh, atau malah fokus pada permasalahan yang mereka rasakan. Masing – masing responden dalam hal menjawab pertanyaan terkait terlihat menunjukkan kesamaan. Mereka menyikapi pemerintahan 2014 – 2019 cenderung apatis. Mereka lebih memberikan opini berdasarkan apa yang mereka peroleh di media sosial.

A. Berita Negatif dalam Pandangan Responden

Para responden saat penelitian sedang dilakukan sedang menjalani status sebagai mahasiswa yang sekaligus menjalankan organisasi kampus dan digolongkan sebagai kalangan milenial. Segala aktifitas mengenai latar belakang pengetahuan responden tentunya sudah melekat pada diri masing – masing. Pendidikan dan latar belakang ekonomi berhubungan dengan erat. Mengingat pendidikan formal membutuhkan biaya atau informal juga berarti sama. Ketiga responden yang memiliki latar belakang keluarga dengan kondisi ekonomi yang berbeda beda menentukan sikap dan pandangan pribadi masing – masing terhadap topik penelitian ini. Menurut Morissan (2014) menerangkan bahwa proses dekoding merupakan hal yang mendapat perhatian bagi studi kultural mengingat kelompok elite mengirimkan pesan – pesan melalui media agar masyarakat setuju atau mendukung sehingga secara tidak sadar pengaruh dari pesan tersebut diterima dan disetujui. Ada hal lain yang menjadi perhatian khusus yaitu masyarakat yang memiliki pandangan atau pendapat yang berbeda dari kelompok dominan (hal.549).

Berdasarkan apa yang penulis temukan maka bisa diartikan bahwa responden satu dan dua memiliki rentang biaya hidup di Jogja yang hampir sama. Sedangkan

responden ketiga memiliki kondisi ekonomi yang lebih baik. Menurut Barthez dalam Durham & Kellner (2006) tingkat konotatif yang dimiliki oleh suatu penanda erat kaitannya dengan banyak hal. Salah satunya merupakan budaya dan latar belakang (hal.169). Maka responden yang memiliki banyak perbedaan dan latar belakang masing – masing memiliki keputusan pribadi dalam menempatkan makna terhadap informasi yang telah diterjemahkannya. Menerjemahkan pesan dari apa yang didapatkan oleh audiens merupakan proses yang sekaligus pencarian informasi di masa lalu terhadap respon apa saja yang diterima saat itu. Penelitian ini menemukan hal – hal yang membuat responden memiliki kuasa terhadap pesan, namun juga kuasa itu terbatas oleh pengalaman dan latar belakang yang dimiliki oleh responden.

Keterbatasan tersebut kemudian menjadi suatu hal yang berkumpul dalam pro dan kontra ditengah masyarakat dalam menyikapi berita atau informasi negatif yang beredar di dunia maya melalui media sosial. Kemampuan dan keterbatasan seseorang dalam mengelola informasi yang diterima adalah suatu hal yang sulit untuk dihindari. Hal yang sama terjadi juga dengan apa yang dihadapi oleh media sebagai penyusun berita atau informasi. Media juga memiliki keterbatasan relasi produksi, kerangka pengetahuan dan infrastruktur teknis. Salah satu dampaknya adalah apa yang dijelaskan oleh Hall dalam Durham & Kellner (2006) bahwa sirkulasi pesan tidak terjadi secara simetris (hal. 163). Pesan yang tidak simetris tersebut menjadi titik kekurangan yang bisa terjadi kapan saja selama ada perbedaan ideologi dengan khalayak.

Apa yang terjadi dari jawaban – jawaban yang telah diberikan responden dalam penelitian ini terkait berita negatif yang dikirimkan oleh “*encoder*” merupakan akibat dari pesan itu sendiri. Terbaginya kelompok dominan, oposisi, atau ternegosiasi juga bukan sesuatu yang mudah dihindari. Mengingat siapapun memiliki kecenderungan tersendiri terhadap pesan – pesan yang mereka terjemahkan.

Berita negatif yang cenderung mengarah kepada isu agama menjadi perhatian bagi berbagai kalangan masyarakat. Menurut Gramsci dalam Morissan (2014) baik agama maupun budaya populer menjadi dua hal yang dieksploitasi atas apa yang masyarakat dukung sebagai sistem sosial (hal. 542). Hal tersebut juga berkaitan dengan responden dan berita – berita negatif yang sengaja disebar oleh simpatisan atau pendukung masing – masing capres 2019 di media sosial. Alat penghubung antara responden dengan pesan yang beredar di media sosial merupakan alat yang memadai berdasarkan kemampuannya dalam melakukan penjelajahan pesan di media sosial. Kesadaran responden akan fungsi *smartphone* pribadinya juga menghindarkan

pengaruh negatif dari banyaknya terpaan berita – berita negatif yang ada. Hal itu juga tidak lain responden sebagai milenial yang memahami perkembangan teknologi dan juga sebagai mahasiswa yang juga pengguna aktif media sosial.

Responden sebagai mahasiswa dan milenial memiliki hubungan lebih dari sekedar menghabiskan waktu luang atau untuk kepentingan hiburan dalam penggunaan media gawai yang ditujukan untuk mencari informasi terkini. Penggunaan tersebut mencerminkan hubungan interaksi lebih dalam melalui perantara alat yang digunakan responden dalam menjangkau pesan atau informasi yang ada. Hal lain juga ditunjukkan oleh responden dalam menyikapi berita – berita negatif agar tetap lebih bijak dengan tidak mempercayai begitu saja atas apa yang telah mereka terima. Dalam menentukan sikap atau mengambil tindakan seseorang dalam menerima hal yang baru, dipengaruhi oleh salah satunya pengalaman yang dimiliki. Menurut Angus dalam Morissan (2014) pengujian kebenaran melalui berbagai sumber kebenaran dalam diri guna menghadapi atau merasakan realitas dinamakan artikulasi (hal.540). Menurut Durham & Kellner (2006) Sebuah pesan sebaiknya memiliki makna yang tidak hanya diterima oleh penerima. Namun juga memiliki makna yang bisa diambil dan diartikulasikan yang kemudian akan menimbulkan tindakan dari penerima pesan. Dengan catatan tidak dapat ada yang menjamin makna apa yang akan diartikulasikan (hal.163).

Mengapa isu pilpres tahun 2019 menjadikan agama sebagai isu yang besar? Agama dijadikan sebagai isu utama membuat pilpres mengambil perhatian khusus dari masyarakat . Menurut Rahayu (2018) dalam penelitiannya menerangkan bahwa isu tentang agama menjadi perhatian khusus bagi masyarakat Indonesia yang tergolong dalam masyarakat religius yang sangat meyakini bahwa agama adalah nilai – nilai kebenaran yang harus dianut bagi individu. Hal ini memang menjadikan tujuan tersendiri bagi simpatisan politik untuk mewujudkan tujuan kelompoknya (hal.118). Menurut Gramsci dalam Morissan (2014) eksploitasi individu sebagai pengaruh dari hegemoni telah menyentuh budaya populer maupun agama. Sistem sosial tersebut tidak disadari juga didukung lantaran kelompok dominan telah berhasil mengarahkan masyarakat dalam keadaan yang merasa puas atas apa yang dialami. Hal tersebut juga merupakan gagasan Karl Max mengenai “kesadaran yang salah” (*false consciousness*) kesadaran yang seakan diambil berdasarkan pilihan merdeka, melainkan pengaruh yang sebenarnya halus sehingga dijalani secara tidak sadar (hal.542).

Dengan adanya agama sebagai topik yang besar dalam perbincangan publik di media sosial, secara tidak langsung memiliki hubungan dengan responden penelitian

ini dalam menjadikan berita yang mereka dapatkan di media sosial sebagai berita pilihan mereka sendiri. Berita – berita tersebut kemudian mereka terjemahkan sesuai apa yang mereka yakini dengan melalui tahapan tersendiri dalam menguji kebenarannya. Penulis menemukan analisa baru atau analisa yang ditemukan setelah penulis mengajukan beberapa pertanyaan sub bab kerangka pengetahuan kepada responden. Kecenderungan politik mereka saat Pilpres 2019, dipengaruhi oleh fase hidup saat ini dimana fenomena pemuda atau yang saat ini banyak menyebutnya “hijrah”. Hijrah tersebut memungkinkan setiap individu terutama milenial mengartikan secara subjektifitas mereka. Salah satu yang mendasar adalah aktivitas mereka di media sosial bersentuhan dengan figur yang cenderung menampilkan *image* hijrah masa kini. Secara tidak langsung, opini responden juga dipengaruhi oleh figur – figur yang ada tersebut seperti akun – akun dakwah di media sosial ataupun akun personal semacamnya.

Faktor yang tak kalah penting juga dipengaruhi oleh dinamika politik sekarang yang bersentuhan langsung dengan isu – isu agama. Khususnya agama mayoritas yaitu Islam. Banyak tokoh agama berbagai kalangan yang menyuarakan dan ikut terjun ke politik langsung menunjukkan kecenderungan politik masing – masing, di sisi lain kelompok bisa dikatakan terbagi dua karena jumlah Calon Presiden yang kebetulan hanya ada dua calon. Isu agama tersebut menyebar hingga ke media sosial, terlebih lagi media sosial saat ini menjadi pilihan banyak kalangan masyarakat untuk mengakses informasi sehari – hari. Berita negatif yang ada di media sosial saat ini cenderung berkutat pada seputar agama. Demikian pula sosok atau publik figur yang menjadi barisan terdepan masing – masing Capres. Tidak sedikit dari mereka yang berasal dari kalangan agamis.

Diskusi

Bila dikaitkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mariani (2016) menemukan budaya konsumsi media televisi yang dilakukan oleh buruh perempuan menunjukkan interaksi sebatas pencarian hiburan dan untuk menghabiskan waktu setelah lelah bekerja. Penelitian tersebut berjudul Mengungkap Budaya Konsumsi Media Buruh Perempuan Berdasarkan Perspektif *Cultural Studies*. Sedangkan responden dalam penelitian ini merupakan kalangan mahasiswa dengan wawasan dan kemampuannya memanfaatkan media sosial sebagai sarana informasi tidak hanya sebagai media untuk mencari hiburan.

Pengaruh terbesar dalam menentukan keputusan apa yang mereka ambil dalam merespon sebuah berita paling kuat dikarenakan “*frame of knowledge*” yang mereka miliki. Walaupun ketiganya tetap berhubungan. Lebih dari itu, penulis menemukan bahwa, pengaruh akun media sosial yang diikuti memiliki pengaruh yang sangat significant dalam menentukan sikap responden terhadap berita negatif. Artinya, responden menggunakan gawainya sebagai media untuk mencari informasi bukan hanya sekedar mengisi waktu luang atau mencari hiburan saja. Hal ini dipadukan dengan latar belakang responden sebagai mahasiswa yang memiliki kesadaran dalam menggunakan media sosial.

Ada kaitan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu oleh Mariani, 2016. Kelas sosial atau yang terhubung kedalam relasi produksi baik itu tingkat pendidikan, pekerjaan, budaya dan lainnya membawa pengaruh terhadap khalayak dalam memperlakukan media sebagai perantara mereka dalam mengakses informasi yang disediakan oleh komunikator. Mariani (2016) mengungkapkan bahwa buruh menjadikan media televisi sebagai pelarian dalam menjalani kesehariannya setelah bekerja. Perbincangan dalam televisi terbawa dalam keseharian mereka.

Responden dalam penelitian ini termasuk pengguna media sosial yang tidak mudah menerima begitu saja berita negatif yang mereka terima. Astuti (2019) mengungkapkan penelitiannya yang membahas tentang perbedaan khalayak dalam memberikan umpan balik sebuah pesan yang berbeda – beda dikarenakan tergantung dengan perbedaan latar belakang dan pengalaman oleh pengguna media sosial tersebut. Demikian pula dengan penelitian ini menemukan perbedaan antara responden satu dengan yang lainnya terkait memberikan umpan balik terhadap informasi yang diterima. Rahayu (2018) menjelaskan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia memeluk agama Islam yang digunakan para elit partai untuk memperoleh dukungan sebanyak – banyaknya. Hal ini terbukti efektif menarik perhatian masyarakat Indonesia yang memiliki keyakinan agama sebagai kepercayaan dengan nilai – nilai yang luhur. Begitu pula dengan penelitian ini menemukan adanya kepercayaan responden dengan tokoh atau akun media sosial yang memberikan pengaruh dalam mencari dukungan pada Pemilihan Presiden 2019.

BAB IV

Penutup

A. Simpulan

Adanya berita – berita negatif di media sosial membuat responden sebagai pengguna dituntut memiliki kesadaran agar tidak terpengaruh begitu saja. Struktur makna dalam dekoding Hall mengemukakan komunikasi memiliki modal untuk melakukan dekoding. Relasi produksi, infrastruktur teknis, dan kerangka pengetahuan membentuk responden dalam melakukan penerjemahan isi pesan yang mereka terima. Ketiga responden memiliki modal yang cukup untuk membuat makna dari berita – berita yang didapatkan.

1. Relasi Produksi

Ketiga responden berasal dari latar belakang budaya, ekonomi, dan pendidikan yang berbeda – beda. Perbedaan latar belakang ekonomi antara responden 1 dan 2 tidak begitu terlihat dibandingkan dengan responden 3 yang terpaut selisih dalam biaya yang dihabiskan untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari selama masa belajar di luar daerahnya. Hal – hal yang penulis dapatkan berdasarkan hasil wawancara mengenai relasi produksi, selanjutnya akan memberikan pengaruh terhadap infrastruktur teknis dan kerangka pengetahuan responden.

2. Infrastruktur Teknis

Penggunaan dan pemenuhan alat yang digunakan responden dalam mengakses atau mendapatkan berita negatif yang dimaksud telah terpenuhi dan tidak menemui kendala berarti. Ketiga responden masing – masing memiliki sambungan internet pribadi ataupun bisa mengakses jaringan internet umum di lingkungan kampus. Alat yang digunakan juga dapat memudahkan responden dalam mendapatkan berita terkait. Alat yang dimaksud adalah *smartphone* pribadi mereka yaitu *smartphone* yang memiliki sistem operasi Android dan terdapat di dalamnya aplikasi media sosial Instagram. Ketiganya menggunakan *smartphone* untuk memenuhi kebutuhan informasinya baik itu melalui pencarian acak maupun melalui tokoh, *public figure*, atau *influencer* yang sesuai dengan keinginan masing – masing.

3. Kerangka Pengetahuan

Setelah relasi produksi dan kerangka pengetahuan masing – masing responden diketahui oleh penulis, selanjutnya yang menjadi faktor yang memengaruhi responden dalam melakukan dekoding pesan yaitu kerangka pengetahuan. Dari latar belakang ekonomi, budaya, dan pendidikan mereka telah didapatkan sebuah pengetahuan yang melekat pada masing – masing responden. Hal ini juga memberikan pengaruh tersendiri bagaimana responden merespon pertanyaan wawancara dari penulis untuk mengetahui bagaimana pendapat masing – masing terhadap berita yang dimaksud.

Responden 1,2, atau 3 ketika ditanya bagaimana mereka merespon berita negatif tentang masing – masing pasangan Capres- Cawapres memiliki kecenderungannya masing – masing. Selain disebabkan bahwa hanya ada dua kubu di Pemilu Presiden 2019, hal lain yang menjadi sebab responden cenderung berpihak kepada salah satu Capres adalah dengan adanya tokoh publik, tokoh agama, atau *influencer* yang mereka ikuti di media sosial. Di sisi lain, dengan banyaknya akun media sosial tidak dikenal menyebarkan berita yang bersinggungan dengan agama membuat akun – akun dakwah yang mereka ikuti juga memberikan pengaruh dalam pembentukan opini responden. Ketiga responden cenderung sama dalam menempatkan diri di Pilpres 2019 yaitu terhadap pasangan nomor urut 02.

Berdasarkan apa yang penulis peroleh dalam temuan data, hasil menunjukkan bahwa bagaimanapun responden berasal dari kalangan kelas sosial manapun, Pilpres 2019 hanya terbagi menjadi 2 kubu pendukung. Terlebih lagi, isu agama banyak dimainkan untuk menarik simpati masyarakat. Para responden yang berasal dari kalangan pemilih pemula, akan mudah dipengaruhi oleh akun – akun media sosial yang mereka ikuti. Kekuatan subjektifitas sangat kuat sehingga untuk kalangan pemilih pemula atau milenial seperti responden penelitian walaupun mereka memiliki kesempatan untuk mencerna informasi, kecenderungan subjektifitas tersebut sulit untuk dihindarkan. menunjukkan bahwa ketiga faktor yg dikemukakan Stuart Hall juga bergantung pada preferensi kehidupan bergama audiens, khususnya yang beragama Islam. Tokoh agama yang mereka segani telah memberikan dampak besar untuk menentukan penerjemahan mereka terhadap

pesan – pesan yang diterima. Hal ini juga akibat dari kuatnya isu yang bersentuhan dengan agama pada Pilpres 2019.

B. Keterbatasan Penelitian

Preferensi responden dalam mengikuti (*follow*) akun instagram pilihan mereka perlu diketahui lebih lanjut. Hal ini seperti mengungkap alasan mereka atas keputusannya berdasarkan pengetahuan atau latar belakang yang memengaruhi. Hal lain yang menjadi perhatian adalah perlu difokuskan ke semua pertanyaan wawancara untuk mengetahui seluk beluk tentang relasi produksi, infrastruktur teknis, dan kerangka pengetahuan masing – masing responden yang lebih rinci untuk mendapatkan data – data yang lebih dalam.

C. Saran

Keterbatasan yang dimiliki oleh responden dalam menerjemahkan isi pesan yang bisa merugikan antara lain disebabkan oleh kenyataan bahwa media sosial menjadi media dengan arus pesan yang lebih cepat bila dibandingkan dengan media lainnya baik cetak maupun online. Maka, responden sebagai pengguna media sosial yang aktif hanya memiliki waktu singkat untuk menarik kesimpulan atau mengambil tindakan dari apa yang telah mereka dapatkan dari berita – berita yang beredar di media sosial.

Dalam penelitian ini ada temuan lain yang muncul di dalam pertanyaan responden. Preferensi responden dalam mengikuti akun Instagram yang isinya adalah tentang dakwah islam sekaligus memuat berita – berita politik khususnya pada masa Pemilu Presiden 2019. Hal itu secara tidak langsung memberikan pengaruh dalam menilai dan mempercayai berita apapun tentang Pilpres 2019 baik itu positif atau negatif. Hal ini dikarenakan masyarakat hanya terbagi dalam dua mengingat hanya ada dua calon yang bertarung dalam memperebutkan suara. Selanjutnya timbul pertanyaan bahwa preferensi tersebut kemudian juga dipengaruhi oleh latar belakang dan kerangka pemikiran responden yang terbentuk selama ini. Seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh akun – akun tersebut juga bisa menjadi saran untuk penelitian selanjutnya



Daftar Pustaka

- Durham, M.G. and Kellner, D.M. (2006). *Media and Cultural Studies Keywords*. Oxford: Blackwell.
- McQuail, Dennis. *Teori Komunikasi Massa Edisi 6* (Putri Iva Izzati, Terj.) Jakarta: Salemba Humanika, 2011
- McQuail, D., & Windahl, S. (2013). *Communication Models for the Study of Mass Communications*. Routledge : New York.
- Morissan, Wardhani A.C., Hamid F. (2017) *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Morissan, (2014). *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa*. Jakarta : Kencana
- Procter, J. (2004). *Stuart Hall*.Routledge : New York.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. *Survey dan Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. 2017. Diambil dari <https://apjii.or.id/content/read/39/342/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2017>
- Dewan Permusyawaratan Mahasiswa, Universitas Islam Indonesia. (2019) *Peraturan Dasar Keluarga Mahasiswa Universitas Islam Indonesia*. Diambil dari <https://dpm.uii.ac.id/peraturan-dasar/>
- <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3912429/130-juta-orang-indonesia-tercatat-aktif-di-medsos>
- Astuti, Y.D (2019) The Reception of Indonesian Lecturers on Hoaxes and Hate Speech When Using Social Media. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 339*. Diambil dari <https://www.atlantis-press.com/proceedings/aicosh-19/125916031>

Mariani, A. (2016). Mengungkap Budaya Konsumsi Media Buruh Perempuan Lewat Perspektif Cultural Studies. *Nomosleca*, 2(1). Diambil dari

<http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/n/article/view/345>

Perdana, A. , & Wildianti, D. (2018) Narasi Kampanye dan Media Sosial dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2019. *Jurnal Bawaslu DKI Jakarta*. 19-37

Primasari, W. (2016). Pemaknaan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Terhadap Media Siber.

Jurnal Makna, 1 (2), 1-13. Doi : 10.33558

Rahayu, W.H (2018). Decoding Hoax on the Issue of Religious Politicization in Indonesia on New Media Era. *International Journal of Progressive Sciences and Technologies*,

vol.7. 112-116. Diambil dari journals.org/index.php/ijpsat/article/view/350

