

SKRIPSI

**URGENSI TAGAR (#) REFORMASI DIKORUPSI DALAM GERAKAN
MAHASISWA MENOLAK REVISI UNDANG-UNDANG KITAB UNDANG-
UNDANG HUKUM PIDANA (UU KUHP) DI KOTA MATARAM
(STUDI KASUS UNIVERSITAS DI KOTA MATARAM)**

***THE URGENCY OF HASHTAG (#) REFORMATION IS
CORRUPTED RELATED TO MOVEMENT OF STUDENTS REFUSING
REVISION OF THE KUHP LAW IN THE CITY OF MATARAM"
(CASE STUDY OF THE UNIVERSITY IN THE CITY OF MATARAM)***



DISUSUN OLEH :

DEVA OKTA AMELIA

NIM : 216130130P

**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**

TAHUN 2020

SKRIPSI

**URGENSI TAGAR (#) REFORMASI DIKORUPSI DALAM GERAKAN
MAHASISWA MENOLAK REVISI UNDANG-UNDANG KITAB UNDANG-
UNDANG HUKUM PIDANA (UU KUHP) DI KOTA MATARAM
(STUDI KASUS UNIVERSITAS DI KOTA MATARAM)**

***THE URGENCY OF HASHTAG (#) REFORMATION IS
CORRUPTED RELATED TO MOVEMENT OF STUDENTS REFUSING
REVISION OF THE KUHP LAW IN THE CITY OF MATARAM"
(CASE STUDY OF THE UNIVERSITY IN THE CITY OF MATARAM)***

Diajukan sebagai salah satu syarat menyelesaikan Strata Satu (S1)
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram



OLEH :
DEVA OKTA AMELIA
NIM.216130130P

**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITASMUHAMMADIYAHMATARAM
TAHUN 2020**

HALAMAN PERSETUJUAN
URGENSI TAGAR (#) REFORMASI DI KORUPSI DALAM GERAKAN
MAHASISWA MENOLAK REVISI UU KUHP
(STUDI KASUS SELURUH UNIVERSITAS NEGERI/SWASTA KOTA
MATARAM)



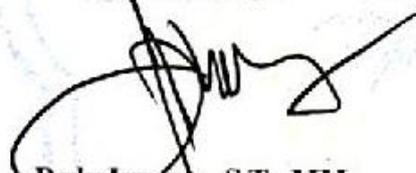
OLEH :

DEVA OKTA AMELIA

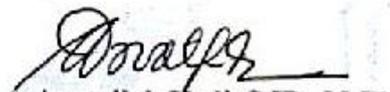
NIM.216130130P

Menyetujui

Pembimbing I


Dedy Iswanto, S.T., MM
NIDN.0818087901

Pembimbing II


Ayatullah Hadi, S.IP., M.IP
NIDN. 0816057902

Mengetahui

Program Studi Ilmu Pemerintahan

Ketua



Ayatullah Hadi, S.IP., M.IP
NIDN. 0816057902

HALAMAN PENGESAHAN
URGENSI TAGAR (#) REFORMASI DI KORUPSI DALAM GERAKAN
MAHASISWA MENOLAK REVISI UU KUHP
(STUDI KASUS SELURUH UNIVERSITAS NEGERI/SWASTA KOTA
MATARAM)



OLEH :
DEVA OKTA AMELIA
NIM.216130130P

Telah dipertahankan dalam ujian skripsi pada tanggal 10 Februari 2020

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Tim Penguji :

Dedy Iswanto, S.T., MM
NIDN. 0818087901

(PU)

Ayatullah Hadi, S.IP., M.IP
NIDN. 0816057902

(PP)

Drs. H. Darmansyah, M.Si
NIDN.00088075914

(PN)

Mengetahui
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram
Dekan



Dr. H. Muhammad Ali, M.Si.
NIDN.0806066801

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : DEVA OKTA AMELIA

NIM : 21613013P

Judul Skripsi : "URGENSI TAGAR (#) REFORMASI DI KORUPSI DALAM GERAKAN MAHASISWA MENOLAK REVISI UU KUHP (STUDI KASUS SELURUH UNIVERSITAS NEGERI/SWASTA KOTA MATARAM)"

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik (Sarjana, Magister, dan/atau Doktor) baik di Universitas Muhammadiyah Mataram, maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dosen pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, dan sanksi lainnya yang sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Mataram, 17 Februari 2020

Penulis,



Deva Okta Amelia

NIM. 216130130P



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. K.H.A. Dahlan No. 1 Mataram Nusa Tenggara Barat
Kotak Pos 108 Telp. 0370 - 633723 Fax. 0370-641906
Website: <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail: upt.perpusummat@gmail.com

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Deva Okta Amelia
NIM : 216130130P
Tempat/Tgl Lahir : Sumbawa, 16 Oktober 1997
Program Studi : Ilmu Pemerintahan
Fakultas : FISIPOL
No. Hp/Email : 081237625826 / Ameladeva91@yahoo.co.id
Jenis Penelitian : Skripsi KTI

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

Urgensi Tagar Reformasi Di Korupsi Dalam Gerakan Mahasiswa Menolak Rerun UU KUPP di Kota Mataram (Studi Kasus Seluruh Universitas Negeri / Swasta di Kota Mataram)

Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Dibuat di : Mataram
Pada tanggal : 19 Februari 2020

Penulis
METERAI
TEMPEL
91723AHF30264123
6000
AMELIA
NIM. 216130130P

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

Iskandar, S.Sos. M.A.
NIDN. 0802048904

MOTO

Cintailah diri sendiri sebelum mencintai orang lain, pikirkan perasaan diri sendiri sebelum memikirkan perasaan orang lain, kesalahan terbesar seorang manusia kadang berawal dari lupa untuk mengucapkan terimakasih pada diri yang telah mau bekerja sama hingga akhir.



PERSEMBAHAN

Sujud syukurku kusembahkan kepada Allah, Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi. Atas takdirNya saya bisa menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman dan bersabar. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depan saya, dalam meraih cita-cita saya.

Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk orang tua terhebat di dunia. Terima kasih atas kasih sayang yang berlimpah dari mulai saya lahir, hingga saya sudah sebesar ini.

Teruntuk papa, Juraidin S.T terimakasih untuk semua didikan cerdas papa. Tentang bagaimana menjadi penuh kemanusiaan dalam mengusahakan segala hal. Perihal bagaimana berfikir dengan berbagai jenis pandangan, tentang bagaimana menyetarakan diri dengan segala situasi dan mengajarkan bagaimana menjadi mandiri dengan bertanggungjawab terhadap apapun pilihan yg dipilih.

Lalu teruntuk Mama Lala Nova Anggriani, terima kasih juga atas limpahan doa yang tak berkesudahan. Terimakasih atas setiap lelah dan asa. Terimakasih telah berhasil mengajarkan saya menjadi anak yang tegas, anak yang konsisten, dan berfikir cepat dengan cara terbaik mama.

Teruntuk adik satu-satunya Lala Nadiya Nur Aprilia Terimakasih sudah menjadi penyemangat utama setiap lelah menghampiri, terimakasih sudah menjadi dewasa untuk mau paham dan mengerti sehingga menjadi motivasi untuk saya

Untuk Keluarga Besar Lalu Bangsawan, untuk Ape, untuk Para Aya, Para Puto Para Drea, dan kakak serta adik misan. Terimakasih untuk selalu menyemangati dan menjadi Tim Antusias dibaris terdepan yang bertahan sampai dengan saat ini di tahap akhir penyusunan skripsi.

Untuk Grandma terimakasih karena sudah menyemangati dan membantu kelancaran beberapa tahapan dalam proses penyusunan skripsi saya.

Untuk dosen pembimbing 1 sekaligus Ketua Prodi Ilmu Pemerintahan Bapak Ayatullah hadi. S.Ip ., M.Ip terimakasih telah benar-benar berjasa dalam penyusunan skripsi saya, salah satu orang yg bisa membantu saya berfikir diluar kotak dengan konsep yang beliau ciptakan.

Untuk dosen Pembimbing 1 sekaligus Wakil Dekan 1 Fakultas Fisipol Bapak Dedy Iswanto S.T ., M.T terimakasih telah mengajarkan menjadi luwes dalam berperilaku dan bertindak. Orang yang mengajarkan bagaimana menggunakan peluang dengan sebaik mungkin.

Untuk teman teman seperjuangan Elin, Annisa, Supran. Senang bisa mengenal kalian dari awal sampai akhir menjenlang kelulusan. Orang-orang terbaik dalam perjalanan 2016-2020 saya dari sebuah kelas A di jurusan Ilmu pemerintahan pada angkatan 2016 Universitas Muhammadiyah Mataram.

Untuk tetangga kos terempong namun tersayang yang sudah seperti adik sendiri ditanah rantau. Resa Resyita S.Ab terimakasih karena sudah mau susah dan senang bersama tanpa saling meninggalkan.

Untuk Mirda Yolanda terimakasih sudah menjadi pelengkap saya dan resa yang selalu menjadi ekor kami dan memberikan tawa pada setiap lelah kami saat penyusunan skripsi.

Untuk kak Ery terimakasih karena telah mau untuk saya reportkan dengan segala macam hal perihal penyusunan skripsi. It means a lot for me. Senang bisa berkenalan dengan manusia luarbiasa seperti ka Ery. And see u on Top kak ☺

Dan untuk semua yang sudah mau berjuang sama-sama selama proses penyusunan skripsi. Seluruh angkatan 2016 terimakasih telah menjadi teman singkat namun bermakna.



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul *“urgensi tagar (#) reformasi di korupsi dalam gerakan mahasiswa menolak revisi uu kuhp di kota mataram”* tepat pada waktunya. Adapun tujuan dari penulisan proposal ini adalah untuk mengetahui bagaimana #ReformasiDiKorupsi mampu menjadi penunjang aksimasiswa terkait revisi UU KUHP di Kota Mataram dan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Pemerintahan di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan banyak terimakasih kepada semua pihak yang memebrikan dukungan moril maupun materil sehingga proposal penelitian ini dapat selesai. Ucapan terimakasih penulis tujukan kepada:

1. Allah SWT yang telah meringankan langkah penulis selama menyusun proposal penelitian.
2. Bapak Dr. H. Arsyad Abd. Gani. M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram
3. Bapak Drs. H.M Ali M.si Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
4. Pembimbing 1 sekaligus Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram Bpk. Dedy Iswanto, S.T., MM yang tidak pernah menyulitkan dan selalu membantu kelancaran proses penyusunan proposal penelitian ini
5. Ketua prodi Ilmu Pemerintahan sekaligus pembimbing terbaik Bpk. Ayatullah Hadi, S.IP., M.IP yang tidak pernah berhenti memberikan ide luar biasa untuk membuka luas pikiran dalam proses penyusunan proposal penelitian ini
6. Bapak Rifaid S.IP., M.IP yang telah membantu penulis ketika penulis mulai buntu selama proses penyusunan
7. Bapak Ilham Zitri, S.IP., M.IP yang telah membantu memaparkan tentang kesulitan mix method selama proses penyusunan proposal penelitian.

Meskipun telah berusaha menyelesaikan proposal penelitian ini sebaik mungkin, penulis menyadari bahwa proposal penelitian ini masih ada kekursngsn. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari

para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan proposal penelitian ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga proposal penelitian ini berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lainnya yang berkepentingan.

Mataram, Desember 2019

DEVA OKTA AMELIA
NIM.216130130P



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
DAFTAR ISI.....
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Definisi Demokrasi	13
2.2.2 Demokrasi dan Negara Hukum.....	14
2.2.3 Cyberdemocracy	17
2.2.4 Virtual Community	21
2.2.5 Media Massa	23
2.2.5.1 Pengertian Media Massa.....	23
2.2.5.2 Internet / Online Sebagai Media Massa.....	25
2.2.5.3 Media Online Sebagai Komunikasi Massa.....	26
2.2.6 Pengertian Propaganda	34
2.2.6.1 Syarat-Syarat Propaganda.....	36
2.2.6.2 Jenis-Jenis Propaganda.....	37
2.2.6.3 Teknik-Teknik Propaganda	42
2.3 Kerangka Pikir Penelitian	44
2.4 Definisi Konseptual.....	45
2.5 Definisi Operasional.....	46
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Metode Penelitian.....	47
3.2 Lokasi Penelitian.....	47
3.3 Jenis Data	48
3.3.1 Data Primer	48
3.3.2 Data Sekunder.....	48

3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.4.1 Wawancara	49
3.4.2 Kuesioner	49
3.4.3 Dokumentasi.....	49
3.5 Unit Analisis Data.....	51
3.5.1 Tabel Unit Analisis Data	53
3.6 Teknik Pengambilan Sample.....	53
3.7 Teknik Analisa Data.....	55
3.7.1 Tabel Skala Likert.....	56
3.7.2 Kriteria Hasil Skor Indeks	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Dekripsi Umum Lokasi Penelitian.....	58
4.2 Pendidikan Kota Mataram.....	60
4.2.1 Administrasi Pemerintahan Kota Mataram	62
4.2.2. Demografi	64
4.3 Hastag Reformasi Dikorupsi (#RDK) Menjadi Penunjang Aksi Mahasiswa Terkait Revisi UU KUHP di Kota Mataram.....	67
4.3.1. Virtual Community.....	69
4.3.2. Propaganda	80
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	83
5.2. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Demokrasi adalah bentuk atau sistem pemerintahan yang segenap rakyat turut serta memerintah dengan perantaraan wakil-wakilnya atau pemerintahan rakyat. Demokrasi juga dapat diartikan sebagai gagasan atau pandangan hidup yang mengutamakan persamaan hak dan kewajiban serta perlakuan yang sama bagi semua warga negara. Inti dari demokrasi adalah pemerintahan dari rakyat oleh rakyat dan untuk rakyat.

Dalam negara demokrasi, media massa memiliki posisi strategis dalam masyarakat. Media menjadi salah satu tonggak dari demokratisasi, sebab media massa yang benar dianggap dapat membangun demokratisasi melalui pemberitaan sehingga mendewasakan masyarakat dalam memandang keberagaman, politik, ekonomi, sosial, dan budaya. (Yon Thayrun. Jokowi Pemimpin Rakyat Berjiwa Roker. (Jakarta: NouraBooks, PT. Mizan Publika, 2012), 38)

Selain Media Massa Media sosial juga saat ini telah menjadi trend dalam komunikasi politik. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-*

generated content” (Kaplan & Haenlein, 2010). Beberapa contoh media sosial yang sedang berkembang saat ini yaitu Instragam, Twitter, Line, Facebook, Youtube, dan lain-lain

Perkembangan penggunaan media sosial di Indonesia sangat berkembang pesat. Menurut riset Nielsen menunjukkan tingkat pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia mencapai 26%. Orang Indonesia menghabiskan waktu 1,5 jam sehari untuk berinternet. Menurut ICT Watch, saat ini pengguna ponsel di Indonesia mencapai 180 juta orang dari sekitar 220 juta penduduk Indonesia. Pengguna Instagram di Indonesia mencapai 22 juta pengguna aktif menurut data siaran pers yang diterima CNN Indonesia (Lesmana, 2012). Berdasarkan data-data tersebut, kita dapat melihat bagaimana sebagian besar masyarakat Indonesia telah menjadikan media sosial sebagai bagian dari gaya hidup mereka. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya internet telah merubah cara orang dalam berkomunikasi dari yang awalnya *one to many* menjadi *many to many* sehingga mampu menjadikan media sosial sebagai alat dalam dunia perpolitikan.

Tomaz Dazelan dan Igor Vobic dalam bukunya *(R)evolutionizing Political Communication through Social Media* mengungkapkan bahwa perluasan media sosial telah berkontribusi pada modernisasi komunikasi politik yang signifikan sebagai sarana baru untuk memungkinkan komunikasi langsung dengan follower, dan memberikan pengaruh pada komunikasi pesan-pesan politik kepada pemilih.

Mcnamara & Kenning (2011) menemukan bahwa terlepas dari beberapa pengecualian, politisi menggunakan media sosial sebagai transmisi pesan politik satu arah, daripada keterlibatan warga yang menunjukkan bahwa banyak dari konten media sosial yang terdiri dari slogan pemilihan, menyerang lawan-lawan dan retorika politik yang sebagian besar bersifat dangkal dan pragmatis. Selain itu, pengamatan penting lainnya dari penelitian mereka adalah korelasi antara "follower/pengikut" dan "following/orang yang mengikuti" sebagai indikator minat timbal balik dan saling mendengarkan pertukaran ide dan gagasan.

Partai politik dan politisi telah menemukan media baru yaitu Twitter yang menemukan cara baru dalam mengelola dan menyebarluaskan pandangan dan informasi politik. Kontrol informasi merupakan upaya yang paling penting untuk kekuatan politik dalam mengelola opini publik dan mempertahankan kontrol publik (Tumber, 1993). Garth Jowett dan Victoria O'Donnell menjelaskan, propaganda adalah upaya yang disengaja dan sistematis untuk membentuk persepsi, memanipulasi kognisi, dan perilaku langsung untuk mencapai tanggapan yang lebih baik dari maksud yang diinginkan dari propagandis (1992: 4).

Nicholas J. O'Shaughnessy (2004) dalam bukunya *Politics and Propaganda: Weapons of Mass Seduction* mengungkapkan bahwa propaganda cenderung dikaitkan dengan proses kemasyarakatan umum di mana persuasi dianggap sebagai proses psikologis individu. Propaganda adalah saran massa, dan targetnya adalah orang banyak. Bahasa politik memiliki dua strategi penting, yang satu bersifat emotif, yang menggunakan retorika emosional

(propaganda), yang lainnya pasif (rasional dan informasional). Propaganda tentu bukan persuasi rasional. Smith et al. (1946) berpendapat bahwa propaganda berkaitan dengan sikap pada isu-isu kontroversial. Kebanyakan propaganda lebih bersifat emosional daripada rasional dalam konten. Emosi adalah inti dari propaganda. Propaganda adalah cara memediasi tanggapan kita terhadap fenomena sosial dan hubungan kita dengan masyarakat.

Propaganda bertujuan untuk mempengaruhi pendapat orang atau sekelompok orang. Propaganda dapat mengandung informasi yang benar namun dapat juga menyesatkan karena informasi yang disampaikan tersebut tidak semua disampaikan. Propagandis yang menyampaikan propaganda biasanya memberikan fakta yang menguntungkan dirinya sedangkan fakta menyangkut pemberitaan buruk tentang diri atau kelompoknya bisa sengaja disembunyikan. Tujuannya untuk membuat citra diri dan kelompoknya semakin terlihat baik di mata publik.

Dalam hal ini sebuah hashtag (#) disebut-sebut sebagai Alat Propaganda Modern. Tanda pagar atau tagar atau hashtag atau simbol # dipopulerkan oleh Twitter mempunyai peran besar dalam meramaikannya percakapan dan menjadi trending topic pada media sosial. Tagar digunakan untuk mengindeks kata kunci atau topik di Twitter, dan memungkinkan pengguna untuk mengikuti topik yang diminati dengan mudah. Awal kemunculan tagar lebih digunakan untuk menggabungkan suatu topik pembicaraan agar mudah dimonitor oleh pengguna. Untuk membuat tagar yang membuat orang tertarik biasanya adalah kata yang mudah diingat dan hanya bisa satu kata, tidak bisa menggunakan spasi atau tanda baca yang lain.

Saat ini tagar menjadi simbol untuk menggerakkan pengguna media sosial, dan seringkali digunakan oleh para politisi untuk mempengaruhi persepsi pengguna media sosial khususnya follower-nya. Sistem komunikasi tertentu mengirimkan informasi yang dikelola dengan hati-hati untuk mempengaruhi opini publik. Tindakan semacam itu, yang pada dasarnya didorong oleh kepentingan pribadi antara media yang umum dan politisi, dapat mengarah pada propaganda (Lippmann, 1927; Jackal, 1995; Edelstein, 1997; Webster, 2006, p.168). Propaganda dibuat (lebih intens) menggunakan faktor sentimental, dan berusaha membujuk untuk melayani tujuan propagandis dengan menyebarkan ideologi atau doktrin tertentu (Jowett & O'Donnell, 1995; Taylor, 2004; Poulakidakos & Arminakis, 2014; Markova, 2008).

Melewati pertengahan tahun 2019 revisi UU KPK mulai ramai dan Viral karena beredar #SaveKPK di Twitter yang sempat menjadi Trending One. Tagar #GejayanMemanggil lalu menyusul dan menjadi awal terbentuknya gerakan mahasiswa pada tanggal 23 September 2019 yang melakukan seruan aksi untuk turun ke jalan dengan beberapa tuntutan termasuk tuntutan terkait Revisi UU KPK Terbaru yang membuat mahasiswa memiliki beberapa Tagar (#) pendukung lainnya seperti #HidupMahasiswa dan #ReformasiDiKorupsi.

Revisi UU KPK padahal tidak termasuk ke dalam RUU prioritas dalam Prolegnas 2019 yang disepakati antara Parlemen dan Pemerintah. Tidak adanya RUU KPK dalam Prolegnas, namun muncul sangat kuat diakhir periode kekuasaan para anggota dewan, menandakan seolah terjadi praktek jual beli diantara proses politik hukum di Indonesia. Adanya pasal revisi

membuat seolah-olah wajah pemberantasan korupsi yang dilakukan KPK selama ini bobrok di mata Parlemen. Jelas sekali adanya RUU KPK serta RUU KUHP membuat citra dan masa depan KPK dan KUHP menjadi suram di masa yang akan datang, dengan dalih demi penguatan pasal, tapi dalam praktiknya menjadikan KPK sebagai lembaga lemah dan tunduk kepada penguasa demi memuluskan ruang gerak mereka.

Munculnya #ReformasiDiKorupsi menjadikan lapisan warga Indonesia turut ambil bagian dan berkomentar serta mengkritisi Revisi UU KPK serta RUU KUHP dan mendukung Gerakan Mahasiswa. Mulai dari Tokoh Masyarakat hingga Tokoh Publik ikut meramaikan #ReformasiDiKorupsi yang mewakili ketidakadilan di Negara demokrasi ini. Bahkan #ReformasiDiKorupsi menjadi Power untuk Mahasiswa turun dan menuntut hak. Tidak hanya untuk aksi pertama namun aksi Jilid II dan Jilid III pun masih menggunakan kekuatan dari #ReformasiDiKorupsi. Sehingga melihat fakta bahwa mahasiswa yang pada awalnya hanya membuat #ReformasiDiKorupsi menjadi Label gerakan mereka ternyata berbalik dan sekarang mampu menjadi penggerak serta kekuatan untuk mereka turun aksi dan menyuarakan hak nya. Ini membuktikan bahwa sosial media jelas memiliki power. Banyak bidang Internet memperluas identitas dan lembaga yang sudah ada sebelumnya. Karena database memungkinkan para peneliti dan perusahaan untuk mengambil informasi dengan mudah. Surat elektronik memberikan komunikasi pesan yang cepat dan andal. Internet kemudian menjadi modern dalam arti melanjutkan tradisi alat sebagai cara yang efisien dan dalam arti bahwa budaya modern yang berlaku mentransfer karakteristik

mereka ke domain baru. Masalah-masalah ini masih harus dipelajari secara rinci dan dari berbagai sudut pandang, tetapi untuk saat ini kesimpulan di atas dapat dipertahankan. Area-area lain dari Internet kurang mudah terkandung dalam sudut pandang modern. Pemeriksaan ruang maya ini memunculkan masalah pemahaman baru tentang teknologi dan akhirnya mengarah pada penilaian kembali aspek-aspek politik Internet. Dalam kasus-kasus ini yang dipertaruhkan adalah ajakan langsung untuk membangun identitas dalam praktik komunikasi. Individu menciptakan diri mereka sendiri dan melakukannya berulang kali dan secara berbeda selama bercakap atau mengirimkan pesan secara elektronik. Kinerja komunikasi individu memerlukan tindakan linguistik dari penentuan posisi sendiri yang kurang eksplisit dalam kasus membaca novel atau menonton iklan televisi. Di Internet, individu membaca dan menafsirkan komunikasi untuk diri mereka sendiri dan orang lain dan juga merespons dengan membentuk kalimat dan mengirimkannya. Dan pada kasus ini kenyataan bahwa internet jelas menjadi alat komunikasi dalam kegiatan Aksi Demo dengan #ReformasiDiKorupsi menjadi semakin unik dan menarik. Pola bagaimana sebuah HASTAG menjadi penggerak dan menjadi alat komunikasi melalui sosial media dan membawahkan pengaruh besar bagi kalangan mahasiswa yang sebagian besarnya adalah pengguna medsos menjadi unik disini. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk menemukan Proses apa yang terjadi didalamnya sehingga bisa membuat sebuah # (Hastag) mampu mempengaruhi pergerakan ribuan bahkan jutaan warga masyarakat Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana #ReformasiDiKorupsi menjadi penunjang aksi mahasiswa terkait revisi UU KUHP dikota Mataram?

1.3 Tujuan

1. Untuk mengetahui Bagaimana #ReformasiDiKorupsi menjadi penunjang aksi mahasiswa terkait revisi UU KUHP dikota Mataram?

1.4 Manfaat

1. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat mengaplikasikan dan mensosialisasikan teori yang telah diperoleh.

2. Bagi Masyarakat

Diharapkan menghasilkan informasi yang dapat dijadikan bahan edukasi tentang alat komunikasi baru di era modern.

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Selain itu, jenis penelitian, metode penelitian dan temuan serta kesimpulan dari penelitian terdahulu dapat digunakan oleh peneliti sebagai bahan perbandingan dengan demikian dapat dengan mudah bagi peneliti untuk menemukan posisi penelitian tentang persepsi mahasiswa terhadap tagar (#) reformasi dikorupsi terkait revisi undang-undang KPK di kota Mataram.

Tabel 2.1 :
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Penelitian	Kesimpulan
1	<i>Konsumerisme Hingga Hiperreali As Politik Di Ruang Publik Baru Era Cyberspace (Antara Kemunduran Atau Kemajuan Bagi Pembangunan Negara Indonesia Yang Demokratis)</i>	Rifi Rivani Radiansyah	Perubahan paradigma sistem nilai kerakyatan negara Indonesia dari yang bersifat publik beralih fungsi menjadi “consumer (konsumen)” atau dalam hal ini antara “Publik” yang melayani Pemerintah/Negara menjadi Pemerintah/Negara yang melayani “publik” di dalam penyelenggaraan pemerintahan negara menjadi awal mula masuknya peran ekonomi global dan bisnis yang masuk wilayah sektor publik pemerintahan negara.
2.	<i>Transformasi Gerakan Sosial Di Ruang Digital</i>	Arum Nur Hasanah	Gerakan sosial merupakan suatu tema yang tidak akan pernah habis dibahas dan selalu menjadi bagian penting di dalam pemikiran Sosiologi.

			<p>Pembahasan gerakan sosial selalu bervariasi dan menjadi perdebatan yang penting di dalam Sosiologi khususnya ketika memaknai mobilisasi suatu kelompok, pengorganisasian, dan pelembagaan kelompok untuk suatu kepentingan bersama yang diperjuangkan.</p> <p>Gerakan sosial sendiri telah mengalami transformasi dari massa ke massa yang bertransisi dari ranah fisik ke ranah digital. Hal ini tak lain terjadi karena adanya pengaruh media baru seperti whatshaap, line, BBM, Instagram, dan yang lainnya.</p> <p>Adanya media baru ini seolah-olah menambah sebuah ruang baru ke dalam tempat manusia berinteraksi dan berkomunikasi secara luas.</p>
3.	<p><i>Media Sosial dan Revolusi Politik: Memahami Kembali Fenomena “Arab Spring” dalam Perspektif Ruang Publik Transnasional</i></p>	<p>Ahmad Rizky Mardhatillah Umar, dkk.</p>	<p>gerakan massa yang berani menentang pemerintah dinegara-negara Timur Tengah, seperti Mesir, Tunisia, dan Libya, dilatarbelakangi oleh sejumlah faktor ketidakpuasan sosial, diantaranya tingkat pengangguran yang tinggi, kemiskinan, harga-harga kebutuhan pokok yang mahal, dan korupsi rezim. Bersamaan dengan hal tersebut, ketidakpuasan politik juga melingkupi rakyat karena otoriterisme yang di jalankan rezim politik yang berkuasa selama ini justru mengekang dan mengurangi hak-hak berpendapat, dan pada gilirannya menimbulkan kekecewaan dan protes terhadap rezim politik. Dalam kasus revolusi di Timur Tengah ini terdapat suatu fenomena menarik, yaitu bahwa</p>

			teknologi mulai memegang peranan penting dan rakyat, khususnya generasi muda, semakin pandai dalam memanfaatkan teknologi.
4	<i>Demokrasi Digital Dalam Pilkada Serentak 2017</i>	Rudiantara, dkk.	Aktivitas politik di ruang online pelan tapi pasti telah menjadi bagian dari realitas, yaitu realitas virtual (Virtual Reality). Di antara realitas itu adalah hadirnya ruang komentar online. Di sini setiap pengunjung internet pada umumnya memiliki kesempatan yang sama untuk melakukan ekspresi politiknya. Seperti ekspresi kekuasaan yang ditunjukkan oleh dan dalam komentarkomentar di ruang komentar online. Di titik inilah cyberdemocracy terproduksi

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel di atas, maka penulis mengemukakan hasil penelitian terdahulu. *Pertama* adalah skripsi dengan judul “Konsumerisme Hingga Hiperreali As Politik Di Ruang Publik Baru Era *Cyberspace* (Antara Kemunduran Atau Kemajuan Bagi Pembangunan Negara Indonesia Yang Demokratis)” oleh Rifi RivaniRadiansyah tahun 2019. Kesimpulan nilai kerakyatan negara Indonesia dari yang bersifat publik beralih fungsi menjadi “*consumer* (konsumen)” atau dalam hal ini antara “Publik” yang melayani Pemerintah/ Negara menjadi Pemerintah/ Negara yang melayani “publik” di dalam penyelenggaraan pemerintahan negara menjadi awal mula masuknya peran ekonomi global dan bisnis yang masuk wilayah sektor publik pemerintahan negara.

Penelitian berikutnya skripsi dengan judul “Transformasi Gerakan Sosial Di Ruang Digital”.Oleh Arum Nur Hasanahtahun 2018. Kesimpilan

Gerakan sosial merupakan suatu tema yang tidak akan pernah habis dibahas dan selalu menjadi bagian penting di dalam pemikiran Sosiologi. Pembahasan gerakan sosial selalu bervariasi dan menjadi perdebatan yang penting di dalam Sosiologi khususnya ketika memaknai mobilisasi suatu kelompok, pengorganisasian, dan pelebagaan kelompok untuk suatu kepentingan bersama yang diperjuangkan.

Gerakan sosial sendiri telah mengalami transformasi dari massa ke massa yang bertransisi dari ranah fisik ke ranah digital. Hal ini tak lain terjadi karena adanya pengaruh media baru seperti whatshaap, line, BBM, Instagram, dan yang lainnya. Adanya media baru ini seolah-olah menambah sebuah ruang baru ke dalam tempat manusia berinteraksi dan berkomunikasi secara luas.

Peneliti berikutnya jurnal dengan judul "Media Sosial dan Revolusi Politik: Memahami Kembali Fenomena "Arab Spring" dalam Perspektif Ruang Publik Transnasional)". Oleh Ahmad Rizky Mardhatillah Umar, dkk. tahun 2014. Kesimpulan gerakan massa yang berani menentang pemerintah dinegara-negara Timur Tengah, seperti Mesir, Tunisia, dan Libya, dilatarbelakangi oleh sejumlah faktor ketidakpuasan sosial, diantaranya tingkat pengangguran yang tinggi, kemiskinan, harga-harga kebutuhan pokok yang mahal, dan korupsi rezim. Bersamaan dengan hal tersebut, ketidakpuasan politik juga melingkupi rakyat karena otoriterisme yang di jalankan rezim politik yang berkuasa selama ini justru mengekang dan mengurangi hak-hak berpendapat, dan pada gilirannya menimbulkan kekecewaan dan protes terhadap rezim politik.

Dalam kasus revolusi di Timur Tengah ini terdapat suatu fenomena menarik, yaitu bahwa teknologi mulai memegang peranan penting dan rakyat, khususnya generasi muda, semakin pandai dalam memanfaatkan teknologi.

Penelitian selanjutnya jurnal dengan judul “Demokrasi Digital Dalam Pilkada Serentak 2017”. Oleh Rudiantara, dkk. 2016. Kesimpulan Demokrasi Digital di ruang online pelan tapi pasti telah menjadi bagian dari realitas, yaitu realitas virtual (*Virtual Reality*). Di antara realitas itu adalah hadirnya ruang komentar online. Di sini setiap pengunjung internet pada umumnya memiliki kesempatan yang sama untuk melakukan ekspresi politiknya. Seperti ekspresi kekuasaan yang ditunjukkan oleh dan dalam komentarkomentar di ruang komentar online. Di titik inilah cyberdemocracy terproduksi

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Demokrasi

Demokrasi adalah bentuk atau mekanisme system pemerintahan suatu Negara sebagai upaya mewujudkan kedaulatan rakyat (kekuasaan warganegara) atas Negara untuk dijalankan oleh pemerintah Negara tersebut. (Redaksi *Great Publisher*, 2009:233)

Istilah “demokrasi” berasal dari Yunani kuno yang diutarakan di Athena kuno pada abad ke-5 SM. Negara tersebut biasanya dianggap sebagai contoh awal dari sebuah system yang berhubungan dengan hukum demokrasi modern. Namun, arti dari istilah ini telah berubah sejalan dengan waktu, dan definisi modern telah berevolusi sejak abad ke-18, bersama dengan perkembangan system “demokrasi” di banyak Negara. (Redaksi *Great Publisher*, 200:234-235)

Kata “demokrasi” berasal dari dua kata, yaitu *demos* yang berarti rakyat, dan *kratos/cratein* yang berarti pemerintahan, sehingga dapat diartikan sebagai pemerintah rakyat, atau yang lebih dikenal sebagai pemerintahan dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat. Konsep demokrasi menjadi sebuah kata kunci tersendiri dalam bidang ilmu politik. Hal ini menjadi, sebab demokrasi saat ini disebut-sebut sebagai indikator perkembangan politik suatu Negara. (Redaksi Great Publisher, 200:235)

Semenjak kemerdekaan 17 Agustus 1945, undang-undang dasar 1945 memberikan penggambaran bahwa Indonesia adalah Negara demokrasi. Dalam mekanisme kepemimpinannya presiden harus bertanggungjawab kepada MPR dimana MPR adalah sebuah badan yang dipilih dari rakyat. Sehingga secara hirarki seharusnya rakyat adalah pemegang kepemimpinan Negara melalui mekanisme perwakilan yang dipilih dalam pemilu. (Redaksi Great Publisher, 200:236)

2.2.2 Demokrasi dan Negara Hukum

Teori negara berdasarkan hukum secara esensi bermakna bahwa hukum adalah supreme dan kewajiban bagi setiap penyelenggara negara atau pemerintahan untuk tunduk pada hukum (*subject to the law*). Tidak ada kekuasaan di atas hukum (*above the law*). Dengan kedudukan ini tidak boleh ada kekuasaan yang sewenang-wenang (*arbitrary power*) atau penyalahgunaan kekuasaan (*misuse of power*). (Sumali, 2003:11)

Demokrasi dan negara hukum adalah dua konsepsi mekanisme kekuasaan dalam menjalankan roda pemerintahan negara. Kedua konsepsi tersebut saling berkaitan yang satu sama lainnya tidak dapat dipisahkan,

karena pada satu sisi demokrasi memberikan landasan dan mekanisme kekuasaan berdasarkan prinsip persamaan dan kesederajatan manusia, pada sisi yang lain negara hukum memberikan patokan bahwa yang memerintah dalam suatu negara bukanlah manusia, tetapi hukum. Konsepsi demokrasi, di dalamnya terkandung prinsip-prinsip kedaulatan rakyat (*democratie*) sedangkan di dalam konsepsi negara hukum terkandung prinsip-prinsip negara hukum (*nomocratie*), yang masing-masing prinsip dari kedua konsepsi tersebut dijalankan secara beriringan sebagai 2 (dua) sisi dari 1 (satu) mata uang. Paham negara hukum yang demikian dikenal dengan sebutan “negara hukum yang demokratis” (*demokratische rechtsstaat*) atau dalam bentuk konstitusional disebut *constitutional democracy*. (Jimly Asshiddiqie, 2008:690).

Demikian pula yang dikatakan oleh Mahfud MD bahwa satu asas yang merupakan pasangan logis dari asas demokrasi adalah asas negara hukum, artinya bagi satu negara demokrasi pastilah menjadikan pula hukum sebagai salah satu asasnya yang lain. Alasannya, jika satu negara diselenggarakan dari, oleh dan untuk rakyat, maka untuk menghindari hak rakyat dari kesewenang-wenangan dan untuk melaksanakan kehendak rakyat bagi pemegang kekuasaan negara haruslah segala tindakannya dibatasi atau dikontrol oleh hukum, pemegang kekuasaan yang sebenarnya tak lain hanyalah memegang kekuasaan rakyat, sehingga tidak boleh sewenang-wenang. Disebutkan bahwa negara hukum menentukan alat-alat perlengkapannya yang bertindak menurut dan terikat kepada peraturan-peraturan yang ditetapkan terlebih dahulu yang dikuasakan untuk

mengadakan peraturan-peraturan itu, seperti tercantum di dalam Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945 yang menyatakan bahwa: “Negara Indonesia adalah negara hukum”. (Mahfud MD, 2001:85)

Disebut sebagai “negara hukum yang demokratis”, karena di dalamnya memuat prinsip-prinsip negara hukum dan prinsip-prinsip demokrasi, menurut (Jimly Asshiddiqi 2001:141-144), gagasan demokrasi yang berdasarkan atas hukum (*constitutional democracy*) mengandung 4 (empat) prinsip pokok, yaitu:

1. Adanya jaminan persamaan dan kesetaraan dalam kehidupan bersama;
2. Pengakuan dan penghormatan terhadap perbedaan atau pluralitas;
3. Adanya aturan yang mengikat dan dijadikan sumber rujukan bersama;
4. Adanya mekanisme penyelesaian sengketa berdasarkan mekanisme aturan yang ditaati bersama dalam konteks kehidupan bernegara, di mana terkait pula dimensi kekuasaan yang bersifat vertikal antar institusi negara dengan warga negara.

Jimly Asshiddiqie, menambahkan bahwa ke 4 (empat) prinsip-prinsip pokok dari demokrasi tersebut lazimnya dilembagakan dengan menambahkan prinsip-prinsip negara hukum (nomokrasi), yaitu:

1. Pengakuan dan penghormatan terhadap hak-hak asasi manusia;
2. Pembatasan kekuasaan melalui mekanisme kekuasaan dan pembagian kekuasaan disertai mekanisme penyelesaian sengketa ketatanegaraan antar lembaga negara, baik secara vertikal maupun horizontal;
3. Adanya peradilan yang bersifat independen dan tidak memihak (*independent and impartial*) dengan kewibawaan putusan yang tertinggi atas dasar keadilan dan kebenaran;
4. Dibentuknya lembaga peradilan yang khusus untuk menjamin keadilan warga negara yang dirugikan akibat putusan atau kebijakan pemerintahan (pejabat administrasi negara);
5. Adanya mekanisme *judicial review* oleh lembaga legislatif maupun lembaga eksekutif;
6. Dibuatnya konstitusi dan peraturan perundang-undangan yang mengatur jaminan-jaminan pelaksana prinsip-prinsip tersebut;

7. Pengakuan terhadap asas legalitas atau *due process of law* dalam keseluruhan sistem penyelenggaraan negara.

International Commission of Jurist pada konferensinya di Bangkok pada tahun 1965, memberikan rumusan tentang ciri-ciri pemerintahan yang demokratis sebagai berikut:

1. Perlindungan konstitusional, artinya selain menjamin hak-hak individu, konstitusi harus pula menentukan cara prosedural untuk memperoleh perlindungan atas hak-hak yang dijamin;
2. Badan kehakiman yang bebas dan tidak memihak;
3. Pemilihan umum yang bebas;
4. Kebebasan menyatakan pendapat;
5. Kebebasan berserikat/berorganisasi dan beroposisi;
6. Pendidikan kewarganegaraan.

Seperti yang telah dikatakan di atas, bahwa demokrasi dan negara hukum merupakan 2 (dua) sisi dari 1 (satu) mata uang yang tidak dapat dipisahkan. Menurut Frans Magnis Suseno, demokrasi yang bukan negara hukum bukan demokrasi dalam arti yang sesungguhnya. Demokrasi merupakan cara yang paling aman untuk mempertahankan kontrol atas negara hukum. (Frans Magnis Suseno, 1997:58).

2.2.3 Cyberdemocracy

Dalam buku *Communication, Cultural, & Media Studies*, yang ditulis John Hartley (2010), proses demokrasi yang berlangsung dalam dunia virtual dijuluki *Cyberdemocracy*, yakni komunitas virtual yang memiliki aturan sendiri. Di sini demokrasi hidup di dunia virtual dengan mediasi internet. (Ibit, Hal.93)

Seperti halnya demokrasi di ruang aktual, *cyberdemocracy* atau demokrasi cyber hanya bisa bertahan ketika adanya ruang publik, khususnya ruang publik dalam internet (ruang publik virtual). Dan memang ruang publik

virtual merupakan pra-syarat bagi keberlangsungan demokrasi cyber. Di ruang itu terdapat nilai dan praktik konektivitas, intraktivitas dan anonimitas, sehingga memproduksi asas langsung, komunikatif, bebas dan rahasia. Dalam demokrasi politik di ruang aktual, sejatinya asas-asas tersebut juga telah lebih awal menjadi keharusan. (Ibit, Hal.83)

Demokrasi cyber yang mensyaratkan ruang publik virtual, di satu sisi akan menjadi nilai surplus bagi demokrasi, dan di sisi lain, akan menjadi nilai defisit. Nilai surplus misalnya berupa makin meluasnya kebebasan warga internet dalam berkoneksi, berekspresi, berkelompok, berkontestasi suara, dan bertukar informasi. Ini tentunya menjadi peluang bagi penguatan kehidupan demokrasi politik.

Pada awalnya *cyberdemocracy* dibayangkan beroperasi pada seluruh ruang cyber. Hal itu didasari oleh asumsi optimisme bahwa internet pada hakikatnya merupakan ruang publik, yakni, ruang di mana kebebasan informasi lahir dan hadir dengan kondisi sehat, universal dan kuat. Hanya saja, terkait dengan mulai berlangsungnya proses pembagian atau ‘pengkavlingan’ ruang cyber pada macammacam situs dan kanal atau kolom dengan berbagai kategorinya, seperti situs jenis organisasi layanan publik, komersial, politik, komunitas, dan jejaring sosial, *cyberdemocracy* lahir, hadir dan berkembang dalam karakteristik ruang yang berbedabeda pula. Misalnya, *cyberdemocracy* yang hadir dan berkembang di situs jejaring sosial, seperti Facebook dan Twitter, akan memiliki perbedaan dengan konfigurasi *cyberdemocracy* yang hadir dan berkembang pada situs politik, seperti situs pemerintah, situs legislatif dan situs partai politik.

Tidak berhenti di situ, *cyberdemocracy* dikatakan lahir, hadir dan tumbuh sehat serta kuat di sebuah situs, manakala situstersebut, sebagai bagian dari lingkungan internet, menyediakan atau benar-benar menjadi ruang publik (*public sphere*). Oleh karena itu, tidak semua ekspresi di ruang virtual itu dikatakan *cyberdemocracy*, selama situs tersebut tanpa kehadiran ruang publik. Di sini ruang publik menjadi *keyword* apakah hadir atau tidak hadirnya *cyberdemocracy* di internet. Hal itu sebenarnya hampir sama di ruang offline, di mana demokrasi politik dikatakan lahir dan hadir secara sehat dan kuat ketika demokrasi itu dibangun dari dan di dalam ruang publik.

Ruang publik (*Offentlichheit*) itu, misalnya, adalah ruang publik yang pernah dibayangkan Juergen Habermas (2010), sebagaimana telah diungkapkan pada bab dua, yakni, sebagai ruang di mana setiap warga bisa mengakses dan setiap masalah bisa dikomunikasikan tanpa kendala, bukan ruang di mana segalanya jadi boleh. Selain itu, adalah ruang di mana kepentingan setiap pihak yang saling bertegangan dapat dikelola dengan cara dan media yang bisa diterima masing-masing pihak. Dengan kata lain, di ruang ini diisyaratkan pentingnya proses deliberasi yang menekankan pada perdebatan rasional, pertukaran posisi subjek dan bertujuan menciptakan consensus. (Habermas, J, 2010:108).

Dalam buku lainnya, *Between Fact and Norm: Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy* (1996), Habermas sebagaimana dikutip Hartley⁹ membayangkan ruang publik merupakan ruang di mana ide dan informasi digunakan bersama, serta merupakan ruang di mana opini publik dibentuk sebagai hasil komunikasi. Selain itu ruang publik bagi

Habermas adalah hal yang paling konstruktif ketika tidak dipengaruhi oleh kepentingan komersial atau kontrol negara.

Bila mengacu pada kategori ruang publik di atas, kiranya pandangan yang menyatakan internet (seluruh lingkungannya) sebagai ruang public atau ruang publik baru, seperti pernah sepintas dikatakan oleh Mark Poster (2001), Diana Saco (2002) dan Last Moyo (2009), sebagaimana telah diungkapkan pada bab sebelumnya, adalah tidak terlalu relevan.¹⁰ Atau yang secara tegas dikatakan oleh Howard Rheingold (1994), dalam Yasraf Amir Piliang (2004)¹¹ bahwa internet menciptakan cyberspace, sebuah ruang komunikasi global yang dikontrol oleh masyarakat warga, yang ia sebut sebagai agora elektronik (*electronic agora*)¹². Yaitu sebuah ruang tempat warga masyarakat bertemu untuk berbincang, membuat gosip, berdebat, berdialog, mencari solusi-solusi, mencari titik temu, membuat konsensus, mengkritik ide-ide politik yang ada, di dalam sebuah komunitas raksasa yang disebut komunitas virtual (*virtual community*).

Namun demikian, mayoritas lingkungan internet, seperti lingkungan ruang komentar online, lebih banyak menunjukkan realitas lain dari ruang publik yang diidealkan di atas. Di ruang komentar online Kompas.com misalnya, tidak ditemukan iklim debat rasional atau deliberasi publik dan proses pertukaran pengetahuan; tidak ditemukan iklim komunikasi yang terbebaskan dari dimensi dominasi; juga tidak ditemukan proses konsensus, di mana ketegangan yang ada dikelola dan diterima semua pihak, serta ide dan informasi yang digunakan secara bersama-sama.

2.2.4 *Virtual Community*

Seiring kemajuan jaman, saat ini telah banyak bermunculan berbagai jenis komunitas. Salah satu jenis komunitas yang ada saat ini adalah virtual community. *Virtual community* adalah kelompok orang yang terbiasa yang menggunakan multimedia untuk berkomunikasi. Karena terbiasa menggunakan multimedia, maka terbiasa pula dengan *virtual reality*. *Virtual reality* sendiri merujuk pada keadaan dan kondisi lingkungan yang “menyelubungi” atau “menghidupkan secara sensual”, yang diperoleh seseorang individu dengan cara menghubungkan dirinya ke computer dan internet. Bisa saja muncul penilaian bahwa *virtual community* bukan komunitas yang nyata sesuai dengan konsep sosiologi, melainkan komunitas semu. Tetapi, interaksi antara individu dalam *virtual community* adalah nyata. Bagi para anggota virtual community tidak pernah mempersoalkan semu atau tidak. Bagi anggota komunitas, yang penting bisa beraktualisasi dan bisa memuaskan kerinduan dan kebutuhan informasi. (Abrar, 2002:47-48)

Selanjutnya, *virtual community* adalah sebuah grup dimana anggota-anggotanya terkoneksi dengan teknologi informasi, khususnya internet seperti yang terdapat pada game online COC. Mengindikasikan variasi kelompok sosial yang sudah mulai terkoneksi internet. Dapat diartikan juga bahwa *virtual community* adalah kelompok yang interaktif, dibangun atas dasar konsep *many-to-many communications* didesain untuk menarik anggota, sehingga terlibat lebih dalam di dalam komunitas., mempunyai suatu *focus* yang membuat anggota komunitas tersebut datang kembali. Komunitas ini juga dapat berkembang menjadi sebuah elemen yang dapat dikomersilkan.

Adapun ciri-ciri *virtual community* yakni sama halnya seperti komunitas di dunia nyata, *virtual community* adalah sebuah komunitas yang terbentuk atas dasar adanya: (Reingold 1994 dalam windawati, 2013:9-10)

1. Kesamaan hobi atau interest

Orang atau sekelompok orang membentuk sebuah komunitas diperlukan adanya kesamaan hobi/interest. Begitupun dalam *virtual community*, kesamaan menjadi penting untuk membentuk sebuah komunitas yang solid.

2. Adanya interaksi yang teratur

Interaksi yang teratur menjadi penting untuk menjaga kontak dan kelompok antara anggota komunitas.

3. Adanya identifikasi atau identitas

Identitas, sebagai pengenalan masing-masing anggota komunitas, mutlak harus terpenuhi. Dimana setiap orang memiliki identitas yang unik. Identitas bisa berupa nick name (dalam IRC), atau pun alamat email (dalam milis)

4. Focus yang khusus pada suatu hal

Setiap komunitas, harus ada hal yang khusus terhadap suatu hal-hal tersebut biasanya berupa topik, kesamaan hobi/interest

5. Interaksi atau kesamaan

Interaksi atau kesamaan antara isi diskusi dengan komunikasi yang berlangsung

6. Isi diskusi harus sama dengan topic dalam komunitas tersebut

Hal ini penting untuk menjaga supaya diskusi tetap berada pada jalurnya (sesuai topic dalam komunitas)

7. Keterbukaan suatu akses untuk informasi dalam *virtual community*

Harus ada keterbukaan akses untuk informasi dan orientasi komersil. Karena tiap anggota komunitas memiliki hak yang sama dalam mendapatkan informasi. Sehingga setiap informasi yang dipunyai di-share kepada seluruh anggota komunitas.

2.2.5 Media Massa

2.2.5.1 Pengertian Media Massa

Merujuk pada pengertian, media massa adalah suatu alat Bantu utama dalam proses komunikasi massa, sebab komunikasi massa sendiri secara sederhana adalah suatu alat transmisi informasi seperti koran, majalah, buku, film, radio dan televisi atau suatu kombinasi bentuk dari bentuk-bentuk media. (Asep S M,1999 : 173).

Menurut Mcluhan, bentuk media saja sudah mempengaruhi kita “*The medium is massage*”, medium saja sudah menjadi pesan, ujarnya. Rahmat (2007: 19). Mcluhan juga berpendapat ,bahwa “ Secara operasional dan praktis, medium adalah pesan. Ini berarti bahwa akibat- akibat persoalan dan sosial dari media- yakni karena perpanjangan diri kita- timbul karena sekala baru yang di masukan pada kehidupan kita oleh perluasan diri kita atau oleh tehnologi baru.Media adalah pesan, karena media membentuk dan mengendalikan sekala serta bentuk hubungan dan tindakan manusia”. (Rahmat, 2007:20).

Dalam Rosmawati Dalam bukunya Mengenal ilmu komunikasi, bahwa Ciri-Ciri Massa Adalah sebagai berikut.

1. Terdiri dari orang-orang dari segala lapisan dan tingkatan dalam masyarakat.
2. Bersifat anonim dan heterogen.
3. Di antara mereka tidak dapat interaksi atau pertukaran pengalaman, karena terpisah antara satu dengan yang lainnya.
4. Tidak mampu bertindak secara teratur karena longgar dalam ikatan organisasi.
5. Baik massa terlihat maupun yang tidak terlihat mempunyai ikatan pikiran, pertalian jiwa atau persamaan perasaan.
6. Massa tidak dapat berikir kritis dan rasional, mudah percaya dan mudah di sugesti.
7. Massa sangat mudah tersinggung, sangat panatik, bersemangat, berani, dapat berbuat sesuatu tanpa memikirkan tanggung jawab. Rosmawati (2010: 119).

Media massa, atau dalam hal ini di sebut pula media jurnalistik, merupakan alat bantu utama dalam proses komunikasi massa, sebagaimana menurut Bittner (1986: 12) dalam Muhtadi “Pengantar Ilmu Jurnalistik”, komunikasi massa di pahami sebagai “ *messegas comunicated through a maa medium to a learge Number of people*”, suatu komunikasiyang dilakukan melalui media kepada sejumlah orang yang tersebar di tempat yang tidak di tentukan, jadi media massa menurutnya adalah suatu alat transmisi informasi, seperti koran, majalah, buku, film, radio, dan televisi

atau suatu kombinasi dari bentuk-bentuk media tersebut. (Asep Saeful Muhtadi 2016: 54).

2.2.5.2 Internet/ Online Sebagai Media Massa Baru

Sejarah menyebutkan, perkembangan media massa telah memperlihatkan bahwa teknologi baru tidak pernah menghilangkan teknologi lamanya melainkan menggabungkannya. Radio tidak menggantikan surat kabar, begitupun televisi meski dapat melemahkan radio namun tidak secara total mengeliminasinya. Demikian pula bahwa jurnalisme online mungkin tidak akan bisa menggantikan sepenuhnya media-media lama, melainkan meningkatkan intensitasnya dengan menggabungkan fungsi-fungsi dari teknologi internet dengan media-media sebelumnya. (Santana K. 2005 : 135)

Media online merupakan pemanfaatan media saluran komunikasi dengan menggunakan fasilitas perangkat internet. Media ini memiliki kekhasan tersendiri yang terletak pada keharusan memiliki jaringan teknologi informasi dengan menggunakan perangkat komputer serta pengetahuan tentang program computer untuk mengakses berita/informasi. (Septian Santana K. 2005 : 135)

Sebagaimana dikutip oleh Hilf, Internet adalah medium terbaru yang mengkonvergensi seluruh karakteristik dari bentuk-bentuk terdahulu. Karena itu apa yang berubah bukanlah substansinya, melainkan metode-metode produksi dan perangkatnya. (Santana K. 2005 : 135)

Sebuah keunggulan dari media online dari media lainnya terletak pada informasinya yang cepat dan memiliki penyajian berita yang mudah dan

sederhana, menyajikan informasi dan berita pada saat peristiwa berlangsung yang membuat berita tersebut realtime .Selain itu, media online dapat diakses dimana dan kapan saja sejauh didukung dengan fasilitas teknologi internet.(John Vivian 2015: 262)

Demikian pula fasilitas yang ada pada internet memberikan kualitas pada informasi dan berita yang dimuat.Seperti fasilitas hyperlink yang dapat menghubungkan dari situs ke situs lainnya sebagai referensi terhadap berita yang dimuat selain itu juga untuk memudahkan pengguna (pembaca) dalam mencari atau memperoleh informasi lainnya. Internet muncul sebagai medium massa besar ke depan dengan banyak isi, terutamamelalui web coding, yang melebihi media tradisional dalam banyak hal. (John Vivian 2015: 262)

Dari serangkaian tekhnologi baru yang memusingkan, internet muncul di pertengahan 1990-an sebagai medium massa baru yang amat kuat. Internet adalah jaringan kabel dan telepon dan satelit yang menghubungkan komputer.Hampir semua orang di planet ini yang mempunyai komputer bisa memakai jaringan. Dengan beberapa kali mengklik tombol mouse kita akan masuk ke lautan informasi dfan hiburan yang ada di seluruh dunia. (John Vivian 2015: 262)

2.2.5.3 Media Online Sebagai Komunikasi Massa

Sebelum membahas lebih jauh tentang bagaimana media online sebagai medium komunikasi massa, terlebih dahulu dibahas di sini tentang pengertian tentang komunikasi itu sendiri. Seberapa penting peran komunikasi dalam kehidupan manusia? Peran komunikasi dalam

pembentukan masyarakat sangat penting. Dalam fenomena ini, manusia terlibat dalam kegiatan komunikasi dalam kehidupan sosial, sehingga manusia dapat saling ‘berdekatan’ dalam suatu komunitas. Pengertian komunikasi secara umum adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan atau informasi antara 2 (dua) individu atau lebih dengan efektif sehingga dapat dipahami dengan mudah. Kata komunikasi berasal dari bahasa Latin *communication*, yang berarti ‘pemberitahuan’ atau ‘pertukaran pikiran’. (Tommy Suprpto, 2011:5)

Dengan kata lain, komunikasi selalu mengandung hubungan antar jaringan komunikasi yang terdiri atas individu-individu yang berhubungan melalui pola arus informasi. Maka dari itu, komunikasi bukan hanya sekedar suatu proses pemindahan informasi, melainkan suatu proses konvergensi dimana 2 (dua) orang atau lebih terlibat dalam tukar menukar informasi untuk mencapai saling pengertian.

Pengertian komunikasi menurut para ahli, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Komunikasi adalah suatu proses yang menyortir, memilih dan mengirim simbol-simbol yang sedemikian rupa sehingga dapat membantu pendengar dalam membangkitkan daya respon atau pemaknaan dari sebuah pemikiran yang selaras dengan yang dimaksud oleh komunikator (Raymond Ross).
- b. Komunikasi adalah suatu proses dalam menyampaikan pesan dari seseorang kepada orang lain dengan bertujuan untuk memberitahu,

mengeluarkan pendapat, mengubah pola sikap atau perilaku baik langsung maupun tidak langsung (Onong Uchjana Effendy).

- c. Komunikasi adalah sebuah proses dimana ide dialihkan dari satu sumber ke penerima lainnya dengan tujuan untuk mengubah pola perilaku mereka (Everett M. Rogers).
- d. Komunikasi adalah proses sosial, dalam arti pelemparan pesan/symbol yang mana mau tidak mau akan menumbuhkan pengaruh pada proses dan berakibat pada bentuk perilaku manusia dan adat kebiasaan (William Albig).

Wilbur Schramm mengemukakan, untuk terjadinya proses komunikasi minimal harus memiliki 3 (tiga) unsur komunikasi, diantaranya, komunikator, pesan dan komunikan. Mengapa harus unsur tersebut di atas? Harold D. Laswell mengatakan bahwa cara yang terbaik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan berikut: “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*” Paradigma Laswell tersebut menunjukkan bahwa komunikasi meliputi 5 (lima) unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan, yaitu: (Onong Uchjana Effendy, 1999:13)

1. Komunikator, yakni berkenaan dengan siapa yang mengatakan (*who says*);
2. Pesan, yakni berkenaan dengan menyatakan apa (*says what*);
3. Media, yakni berkenaan dengan saluran apa (*which channel*);
4. Komunikan, yakni berkenaan dengan ditujukan kepada siapa (*to whom*);
5. Pengaruh, yakni berkenaan dengan pengaruh apa (*what effect*).

Mengacu pada paradigma yang disampaikan oleh Laswell di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui sebuah saluran tertentu yang akan menimbulkan efek tertentu juga.

Beragam definisi tentang komunikasi massa telah dilontarkan oleh para ahli dan pakar komunikasi. Namun demikian, dari sekian banyak dan ragam titik tekan yang dikemukakan, terdapat benang merah satu sama lain. Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner. Bittner mendefinisikan komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is message communicated through mass medium to a large number of people*). (Jalaludin Rakhmat, 2007:188)

Pada dasarnya, komunikasi massa merupakan penyebaran informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan sebuah media massa. Karena, awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata 'media of masscommunication' (media komunikasi massa). Media massa yang dimaksud adalah media cetak, media elektronik dan media online.

Media massa sebagai medium komunikasi massa, memberikan peluang penyebaran informasi yang jauh lebih luas dan merata kepada masyarakat dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, televisi dan internet. Artinya, penggunaan media massa sebagai perantara sangat efektif dalam merubah sikap, perilaku dan pendapat komunikan. Keberadaan media massa dalam kehidupan

masyarakat tidak dapat dipandang sebelah mata, karena media massa merupakan satu komponen vital yang ada di dalamnya.

Di era digitalisasi dan globalisasi seperti sekarang ini, berita informasi tidak hanya bisa kita dapatkan lewat media cetak seperti surat kabar, majalah dan sebagainya maupun media elektronik seperti televisi dan radio. Media online yang dipandang sebagai media interaktif juga dapat berfungsi sebagai media yang menyediakan berbagai informasi di dalamnya, termasuk berita. Keberadaan internet di tengah masyarakat saat ini dimanfaatkan sebagai saluran untuk menyampaikan informasi dengan jangkauan dan kapasitas yang jauh lebih masif. Pengetahuan yang memadai dan kemudahan mengaksesnya membuat masyarakat semakin akrab dengan internet, sehingga sebagian khalayak masyarakat kini mulai mengonsumsi informasi sehari-hari melalui internet. Hasil survei tahun 2015-2016 mengenai tingkat penggunaan internet di Indonesia yang dilakukan Pusat Kajian Komunikasi (PUSKAKOM) UI dan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai angka 88,1 juta orang. Survei tersebut juga menyatakan, bahwa penggunaan internet untuk mengonsumsi informasi cukup tinggi, menduduki urutan kedua setelah *social networking* (jejaring sosial). Hal ini menunjukkan seberapa besar signifikansi dan minat masyarakat Indonesia terhadap internet, ditambah dengan upaya pemerintah untuk terus meningkatkan layanan jasa internet di berbagai wilayah. (Bisnis Rumahan, 2016)

Media online merupakan media baru (*new media*) dengan cara penyampaian informasi yang berbeda dengan media konvensional, yakni media cetak dan media elektronik. Media online membutuhkan perangkat berbasis komputer dan koneksi internet untuk mencari dan menerima informasi. Internet dengan karakternya yang tidak terbatas, menjadikan pengguna internet bebas dalam bermedia. Penggunaan istilah media online sering diartikan sebagai situs berita atau praktik jurnalistik secara tertulis yang dipublikasikan melalui internet. Namun, menurut Ashadi Siregar, media online dapat diartikan sebagai sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Di dalamnya terdapat portal berita, website (situs web), radio online, TV online, pers online, mail online dan lain sebagainya, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan pengguna atau konsumen memanfaatkannya. Dalam pengertian umum ini, media online juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara online. Dari penjelasan di atas bisa disimpulkan bahwa media online juga bisa digunakan sebagai medium untuk berkomunikasi dengan khalayak. (Agung Kurniawan, 2005:20)

Media online memiliki beberapa karakteristik yang dapat dijadikan pembandingan dengan media konvensional, diantaranya sebagai berikut:

1. Kecepatan Informasi (*Immediacy*)

Jurnalisme yang menggunakan internet sebagai media, memiliki keunggulan dibanding media tradisional, yakni lebih cepat dalam pendistribusian informasi. Umumnya, masyarakat harus menunggu

keesokan hari untuk mengetahui apa yang terjadi pada hari ini. Namun, melalui media online, informasi dapat didistribusikan bersamaan dengan peristiwa atau isu yang terjadi waktu itu juga. Meskipun kini laporan mengenai sebuah peristiwa melalui media elektronik juga semakin cepat, aktualitas ini tidak akan bisa terjadi pada media cetak. Karena media online mudah diakses, maka penyampaian informasi cenderung singkat dan padat. Hal ini juga mendukung salah satu nilai berita, yaitu aktualitas.

2. Pembaruan Informasi (*Updating*)

Karakteristik internet yang tidak terbatas dan dapat diakses kapan dan di mana saja, membuat media online dapat memperbarui informasi yang telah dipublikasikan sebelumnya dengan informasi yang lebih lengkap. Pembaruan informasi dan publikasi tidak memiliki batas waktu dan terus berlangsung selama masih relevan dengan informasi inti, berbeda dengan penayangan program televisi pada saat prime time dan breaking news yang ada pada media elektronik.

3. Timbal Balik (*Interactivity*)

Apabila dibandingkan dengan media cetak dan elektronik yang komunikasinya berjalan satu arah, media online memberikan keleluasaan kepada komunikan untuk memberikan umpan balik dengan waktu yang relatif singkat. Salah satu contoh media online yang memiliki tingkat interaktivitas yang tinggi yaitu discussion group atau forum. Para pengguna internet dari berbagai wilayah dapat menuliskan pemikirannya mengenai sebuah topik yang didiskusikan. Media online seperti portal

berita juga selalu menyediakan kolom di bagian bawah berita untuk komentar dari pembaca maupun keluhan untuk tim redaksi.

4. Personalisasi (*Audience Control*)

Pengguna media online memiliki self control, artinya komunikasi diberikan kebebasan untuk mengonsumsi informasi mana saja yang dianggap penting atau menarik. Hal ini berbeda dengan media cetak terutama media elektronik, dimana semua informasi dijejalkan secara langsung kepada masyarakat tanpa adanya kendali untuk memilih dan menyaring informasi. Dalam media online, pengguna dapat mencari informasi yang diinginkan melalui mesin pencari (search engine) yang selalu disediakan sebuah website. Sebab itu, banyak media online terutama portal berita memberikan kategori terhadap berita yang mereka tayangkan.

5. Kapasitas Tidak Terbatas (*Storage and Retrieval*)

Karakteristik unggulan media online adalah tidak ada batasan kapasitas untuk memproduksi dan mendistribusikan sebuah informasi. Media online umumnya memiliki data bank atau data base (pangkalan data) yang mampu menampung berbagai macam informasi dalam jumlah masif, sehingga audiens dapat mengakses informasi yang sudah lama sekalipun.

6. Pranala (*Hyperlink*)

Informasi yang dipublikasikan melalui media online dapat terhubung dengan informasi terkait lainnya baik dalam situs yang sama atau berbeda sekalipun. Seperti halnya suatu kutipan di dalam literatur.

7. *Multimedia Capability*

Media online memungkinkan bagi komunikator untuk menyertakan teks, suara, gambar, bahkan video dan komponen lainnya yang berbasis multimedia di dalam laman berita yang disajikan.

2.2.6 Pengertian Propaganda

Secara etimologis, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, propaganda berarti penerangan (paham, pendapat, dan sebagainya) yang benar atau yang salah, yang dikembangkan dengan tujuan meyakinkan orang banyak agar menganut suatu aliran paham, sikap atau arah tindakan tertentu; biasanya disertai dengan janji yang muluk-muluk. *The Grolier International Dictionary* mengartikan propaganda sebagai penyebaran secara sistematis doktrin tertentu atau pernyataan yang direkayasa, yang merefleksikan suatu aliran pikiran, pandangan, atau kepentingan. (Mohammad Shoelhi, 2012:34).

Dalam *Encyclopaedia Britannica* (1997) dan *The Oxford Companion to the English Language*, Tom Mc Athur (1992: 333334) menguraikan kata propaganda berasal dari bahasa Neo Latin *propagandus* atau *propagare* yang berarti penyebaran. Kata ini pertama kali dipergunakan Paus Gregorius XV di Italia pada tahun 1622 untuk menamai sebuah lembaga yang mengurus kegiatan misionaris Gereja Katolik Roma, *Congregatio de Propaganda Fide*, komite tetap kardinal yang bertanggung jawab atas aktivitas misionaris Katolik. Sejak saat itu, kata propaganda mulai banyak digunakan untuk merujuk pada rencana sistematis dan gerakan terorganisasi untuk menyebarkan suatu keyakinan, dogma, doktrin atau sistem tertentu. (Ibid., hal 34)

Karena pengertian propaganda demikian longgar, sejumlah ahli komunikasi memiliki pendapat yang berbeda mengenai propaganda. Sebagian mengatakan bahwa komunikasi persuasif pada hakikatnya adalah komunikasi propagandistik, sementara yang lain berpendapat bahwa hanya pesan-pesan yang tidak jujur saja yang bisa dimasukkan dalam pengertian propaganda. Beberapa pengertian lain mengenai propaganda antara lain sebagai berikut:

- a. Dalam Ensiklopedia Internasional dikatakan, propagandasuatu jenis komunikasi yang berusaha memengaruhi pandangan dan reaksi, tanpa mengindahkan tentang nilai benar atau tidak benarnya pesan yang disampaikan. (Helena Olli, 2007:38).
- b. Everyman's Encyclopedia diungkapkan, propaganda adalah suatu seni untuk menyebarkan dan meyakinkan suatu kepercayaan khususnya agama atau politik.
- c. Qualter mengatakan , propaganda adalah suatu usaha yang dilakukan secara sengaja oleh beberapa individu atau kelompok untuk membentuk, mengawasi atau mengubah sikap dari kelompok-kelompok lain dengan menggunakan media komunikasi dengan tujuan bahwa setiap situasi yang tersedia, reaksi dari mereka yang dipengaruhi akan seperti yang diinginkan si propagandis.
- d. Barnays mengatakan, propaganda modern adalah suatu usaha yang bersifat konsisten dan terus-menerus untuk menciptakan atau membentuk peristiwa-peristiwaguna memengaruhi hubungan publik terhadap usaha atau kelompok.

- e. Leonard W.Dobb mengatakan, propaganda adalah usaha sistematis yang dilakukan individu yang masing-masing berkepentingan untuk mengontrol sikap kelompok, individu lainnya dengan cara menggunakan sugesti dan sebagai akibatnya mengontrol kegiatan tersebut.

Istilah "propaganda" semula tidak berasal dari kancah "politik praktis" melainkan dari lingkungan gereja Katolik. Istilah ini berasal dari Sacra Congregatio Christiano Nomini Propagando (Kongregasi Suci Katolik Roma untuk Penyebaran Iman), yakni bagian (department) dan administrasi gereja yang mengurus penyebaran ajaran Katolik dan dengan regulasi tertentu untuk negara-negara yang bukan penganut agama Katolik. Dalam perjalanannya, istilah propaganda mengalami popularitas yang luar biasa selama berkecamuknya Perang Dunia Pertama dan Kedua, kendatipun di Amerika punya konotasi miring. (Budi Irawanto, 2004:4)

2.2.6.1 Syarat-Syarat Propaganda

Secara teoretis, pesan propaganda harus diulang-ulang. Teknik pengulangan sangat penting dan merupakan dasar dalam kegiatan propaganda. Dari definisi tersebut dapat dikemukakan beberapa komponen propaganda yang perlu diperhatikan sebagai berikut: (Helena Ollie, 2007:39)

- a. Ada pihak yang menyebarkan pesan;
- b. Dilakukan secara terus-menerus (kontinyu);
- c. Terdapat proses penyampaian, ide/gagasan, kepercayaan atau doktrin;
- d. Mempunyai tujuan untuk mengubah opini, sikap dan perilaku individu atau kelompok;
- e. Suatu cara sistematis prosedural dan perencanaan matang;

f. Suatu program yang mempunyai tujuan konkret.

Opini publik dan propaganda mempunyai hubungannya sangat erat, dan tidak dapat dipisahkan. Menurut Nurudin (2001), Laswell (1927), mengatakan propaganda semata-mata alat pengontrol bagi opini publik. Propaganda dilakukan untuk memengaruhi atau mengontrol opini publik yang menjadi sasaran dari propaganda.

Dalam perkembangannya, opini publik yang dibentuk lewat propaganda digunakan pihak-pihak tertentu yang tidak bertanggung jawab dalam memengaruhi opini publik masyarakat. Banyak kasus terjadi masa orde baru yang membenarkan asumsi. Mulai dari Dwi Fungsi ABRI mayoritas tunggal, asas tunggal, sakralisasi Pancasila dan UUD'45 yang dijadikan mantra melebihi kitab suci, kekuasaan pemimpin yang dianggap titisan dewa karena menjadi simbol ratu adil, juga termasuk penggunaan agama dalam mendukung dan mengabsahkan kekuasaan politik. Inilah contoh-contoh bukti propaganda yang ditujukan oleh pembentuk opini digunakan secara tidak bertanggung jawab hanya untuk tujuan dan target kekuasaan politik semata. (Helena Ollie, 2007:38)

2.2.6.2 Jenis –Jenis Propaganda

Ditilik dari sejarahnya, teori propaganda mengalami perubahan secara evolusioner selaras dengan dinamika perkembangan masyarakat. Adapun beberapa Jenis-Jenis Propaganda antara lain: (Mohammad Shoelhi, 2012:42;Ibid., hal 42;Ibid., hal 43).

a. Menurut Sumbernya

- 1) Propaganda Tertutup (*Concealed Propaganda*), sumber propaganda ini tertutup sehingga tidak diketahui siapa sumbernya.
- 2) Propaganda Terbuka (*Revealed Propaganda*), sumber propaganda ini disebutkan dengan jelas dan secara terbuka.
- 3) Propaganda Tertunda (*Delayed Revealed Propaganda*), sumber propaganda ini pada mulanya dirahasiakan, tetapi lambat laun terbuka dan jelas.

b. Menurut Methodhenya

- 1) *Coersive Propaganda*, yaitu propaganda yang dilancarkan dengan metode ancaman atau kekerasan. Propaganda ini hampir mirip dengan propaganda by the deed. Kendati demikian, dalam metode koersif, masih menggunakan lambang-lambang komunikasi yang menimbulkan ketegangan jiwa (takut, seram, jijik). Target propogandanya akan melakukan sesuatu sebagai akibat rasa takut, rasa terancam, rasa ngeri. Perasaan yang timbul karena ada sanksi-sanksi tertentu melalui pesan yang diterimanya. Misalnya, rasa takut kehilangan pekerjaan atau nafkah, takut terlantar, dikusilkan, sengsara, dan perasaan buruk lainnya.
- 2) *Persuasive Propaganda*, propaganda jenis ini menggunakan metode penyampaian pesan-pesan yang menimbulkan rasa tertarik sehingga target propaganda senang dan rela melakukan sesuatu.

c. Menurut Sistemnya

1) *Symbolic interaction Propaganda* , yaitu propaganda yang menggunakan simbol-simbol. Propaganda jenis ini menggunakan lambang-lambang komunikasi yang penuh arti, yaitu bahasa lisan atau tulisan, serta gambar- gambar dan isyarat-isyarat yang telah dirumuskan sedemikian rupa sehingga dapat merangsang jiwa target propaganda untuk

2) *Propaganda by the deed*, yaitu propaganda yang menggunakan perbuatan nyata untuk memaksa target menerima pesan dan melakukan tindakan sebagaimana yang dikehendaki menerima pesan dan kemudian memberikan respons seperti yang diharapkan propagandis.

d. Menurut Sifatnya

1) *White Propaganda* , yaitu propaganda putih yang dilakukan secara jujur, benar, sportif. Isi yang disampaikan serta sumbernya jelas. Propaganda ini sering juga disebut *overt propaganda* atau propaganda terbuka, sering digunakan untuk menyebarkan informasi atau ideologi dengan menyebut sumber dan dilakukan secara terang-terangan hingga dapat dan mudah diketahui sumbernya. Misalnya, semasa perang Irak-Iran hampir setiap hari surat kabar atau setiap malam televisi menyiarkan berita mengenai hasil kemenangan pertempuran, sumbernya dengan jelas disebutkan. Dalam suasana balas-membalas sering timbul counter propaganda atau propaganda

balasan. Dalam bidang ekonomi, propaganda ini disebut commercial propaganda.

- 2) *Black Propaganda*, yaitu propaganda hitam yang dilancarkan secara licik sebagai senjata taktis untuk menipu, penuh kepalsuan, tidak jujur, tidak mengenal etika dan cenderung berfikir sepihak. Propaganda ini tidak menunjukkan sumber yang sebenarnya, bahkan kerap juga menuduh sumber lain yang melakukan kegiatan tersebut. Propaganda ini disebut dengan covert propaganda atau propaganda terselubung. Propaganda ini bagaikan istilah lempar batu sembunyi tangan, atau istilah menghantam dengan meminjam tangan orang lain, kerap digunakan saat suasana genting atau pada waktu perang untuk menjatuhkan moral lawan.
- 3) *Grey Propaganda*, yaitu propaganda Abu-abu yang dilakukan oleh kelompok atau sumber yang tidak jelas. Biasanya isi pesannya menimbulkan keraguan, untuk mengacaukan pikiran orang, adu domba intrik, massa menjadi ragu atas suatu persoalan yang tengah berkembang. Propaganda dilancarkan dengan menghindari identifikasi sumbernya. Oleh karena itu, ada yang menganggapnya propaganda hitam atau propaganda terselubung yang kurang mantap.
- 4) *Rational Propaganda* atau propaganda rasional adalah propaganda yang mengungkap dengan jelas sumbernya dan tujuannya pun dijelaskan secara rasional.

Setiap hari masyarakat menerima informasi dari berbagai saluran media. Baik dari milik swasta maupun pemerintah. Informasi yang diterima

kadang-kadang tidak diperiksa lagi, tetapi langsung diserap sebagai bagian dari kebenaran. Masyarakat kadang-kadang tidak memiliki waktu untuk mencerna kebenaran informasi tersebut, sehingga apa yang telah beredar di media massa diterima sebagai satu kebenaran. (Ibid., hal 47).

Apabila diperiksa secara seksama, mereka yang melontarkan informasi itu memiliki motivasi dan sejumlah tujuan yang belum diketahui penerima informasi. Jika tidak mengetahui fakta sebenarnya tentang informasi itu, masyarakat akan sulit sekali mendapatkan gambaran yang utuh dan benar. Misalnya, pemerintah sering menyiarkan berita yang bertujuan untuk menutupi kesalahannya dalam kebijakan ekonomi maupun politik.

Dalam konteks ini propaganda menganut dua prinsip yang buruk yang berlaku :

- a. Menyebarkan kebohongan kepada publik, selama publik tidak tahu dianggap tidak menjadi masalah.
- b. Kebohongan yang diulang-ulang, akan membuat publik percaya.

Sekurang-kurangnya mampu mengecoh publik

Adapun beberapa fungsi dari propaganda dari pemikiran Hitler yang menjelaskan sebagai berikut :

- a. Untuk menarik perhatian massa terhadap fakta, proses, kepentingan dan sebagainya yang kita ciptakan dan mengandung nilai yang berarti.
- b. Untuk mengantarkan informasi yang mampu membangkitkan dan mendorong semangat yang mengendur.
- c. Untuk mengarahkan opini publik internasional agar selaras dengan pikiran propagandis (pemberi berita).

- d. Untuk menyampaikan kebenaran propagandis kepada massa dan membentuk visi massa.
- e. Untuk melayani hak kita sendiri
- f. Untuk mempengaruhi sikap dan tindakan massa terhadap suatu ide atau kondisi tertentu.

Propaganda adalah suatu komunikasi yang erat hubungannya dengan persuasi. Propaganda diartikan sebagai proses diseminasi informasi untuk mempengaruhi sikap dan tingkah laku seseorang atau kelompok masyarakat dengan motif indoktrinasi ideologi. Tujuan propaganda adalah untuk mengubah alam pikiran kognitif dan membangkitkan emosi para targetnya. (Ibid., hal 50)

Dalam konteks ini hal terpenting dari desain propaganda yang dirancang sengaja untuk memberikan informasi yang berdaya pengaruh kuat saat menerpa target yang mendengar atau melihatnya. Pada pokoknya propaganda dilancarkan untuk mempengaruhi pikiran, perasaan, serta tindakan massa dimanapun, baik di negara sendiri maupun di negara lain, baik negara lawan maupun negara kawan.

2.2.6.3 Teknik-Teknik Propaganda

Dalam melakukan propaganda diperlukan teknik-teknik agar tujuan propaganda yang dilakukan dapat diterima oleh pihak yang dimaksud. Untuk menjelaskan bagaimana propaganda dilakukan, *institute of propaganda analysis* memformulasikan 7 (tujuh) alat dalam propaganda yang bisa dijadikan acuan dalam mengkritisi pesan-pesan propaganda yaitu: (Kunandar, 2015:88-94)

1. *Name calling*

Pemberian label buruk pada suatu gagasan agar timbul penolakan.

2. *Glittering generality*

Menghubungkan sesuatu dengan kata yang baik supaya khalayak menerima tanpa memeriksa bukti-bukti.

3. *Transfer*

Meminjam dan memindahkan nilai-nilai kebijakan tertentu untuk ditempelkan dengan hal lain serta membawa otoritas, dukungan dan suatu yang dihargai kepada suatu yang lain agar dapat diterima masyarakat.

4. *Testimony*

Teknik ini lebih banyak memanfaatkan refutasi atau peran seseorang

5. *Plain folks*

Teknik ini berusaha menampilkan seorang tokoh atau figure sebagai orang biasa.

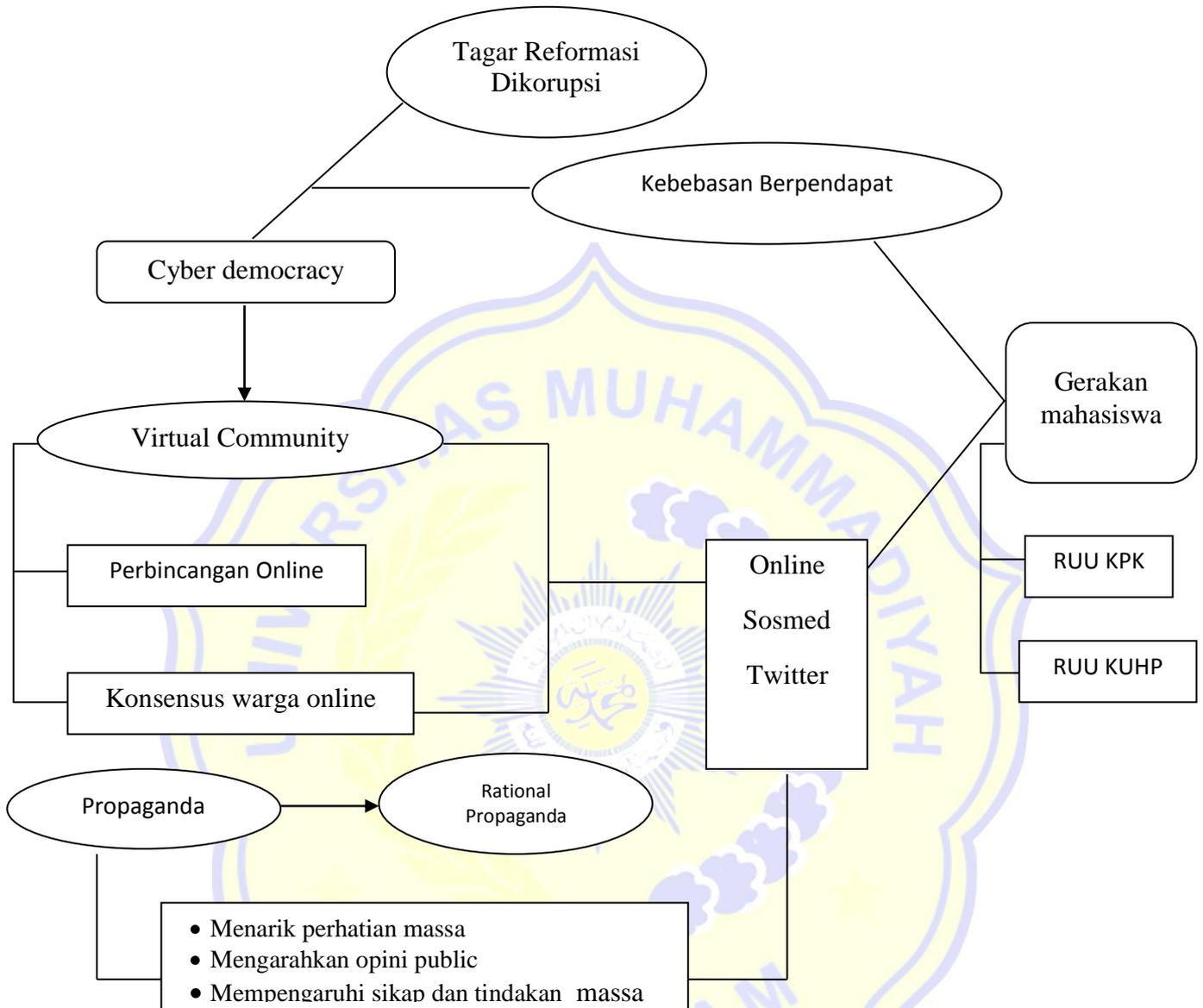
6. *Card stacking*

Teknik ini meliputi pemilihan dan pemanfaatan fakta atau kebohongan

7. *Bandwagon*

Teknik ini berusaha meyakini masyarakat bahwa semua anggota suatu kelompok dimana kita menjadi anggotanya menerima programnya.

2.3 Kerangka Pikir Penelitian



Sumber : (Abrar, 2002 dan Tommy Suprpto, 2011)

2.4 Definisi Konseptual

1. Demokrasi

Demokrasi adalah bentuk atau mekanisme system pemerintahan suatu Negara sebagai upaya mewujudkan kedaulatan rakyat (kekuasaan warganegara) atas Negara untuk dijalankan oleh pemerintah Negara tersebut.

2. *Cyberdemocracy*

Pada awalnya *cyberdemocracy* dibayangkan beroperasi pada seluruh ruang cyber. Hal itu didasari oleh asumsi optimisme bahwa internet pada hakikatnya merupakan ruang publik, yakni, ruang di mana kebebasan informasi lahir dan hadir dengan kondisi sehat, universal dan kuat. Hanya saja, terkait dengan mulai berlangsungnya proses pembagian atau 'pengkavlingan' ruang cyber pada macammacam situs dan kanal atau kolom dengan berbagai kategorinya, seperti situs jenis organisasi layanan publik, komersial, politik, komunitas, dan jejaring sosial, *cyberdemocracy* lahir, hadir dan berkembang dalam karakteristik ruang yang berbedabeda pula. Misalnya, *cyberdemocracy* yang hadir dan berkembang di situs jejaring sosial, seperti Facebook dan Twitter, akan memiliki perbedaan dengan konfigurasi *cyberdemocracy* yang hadir dan berkembang pada situs politik, seperti situs pemerintah, situs legislatif dan situs partai politik.

3. Media Masa

Media massa adalah salah satu sarana untuk memenuhi kebutuhan manusia akan informasi maupun hiburan. Media massa merupakan hasil

produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa. Merupakan salah satu elemen penting dalam proses komunikasi massa.

4. Propaganda

Secara etimologis, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, propaganda berarti penerangan (paham, pendapat, dan sebagainya) yang benar atau yang salah, yang dikembangkan dengan tujuan meyakinkan orang banyak agar menganut suatu aliran paham, sikap atau arah tindakan tertentu; biasanya disertai dengan janji yang muluk-muluk. The Grolier International Dictionary mengartikan propaganda sebagai penyebaran secara sistematis doktrin tertentu atau pernyataan yang direkayasa, yang merefleksikan suatu aliran pikiran, pandangan, atau kepentingan.

2.5 Definisi Operasional

Penelitian ini memiliki 2 (dua) variabel:

1. *Virtual Community*

- Perbincang online
- Konsensus warga online

2. Propaganda

- Kesukarelawan dalam berpartisipasi

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Setiap penelitian harus menggunakan metodologi sebagai tuntunan berpikir yang sistematis agar dapat mempertanggung jawabkan secara ilmiah (Surachman, 1990). Surachman (1990) menyatakan metodologi adalah pengetahuan tentang bagaimana cara kerja yaitu dengan kerja untuk memahami objek-objek sasaran dari pada ilmu pengetahuan yang bersangkutan.

Dalam penelitian ini Metode yang digunakan adalah *mix-method* (Metode Kombinasi). Metode kombinasi adalah metode yang mengabungkan dua jenis metode penelitian yaitu penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif (Sugiyono, 2014). Penelitian kombinasi tidak dilakukan secara bersamaan-sama antara kuantitatif dan kualitatif, akan tetapi metode tersebut dapat digabungkan dengan digunakan secara bergantian (Sugiyono, 2014). Jadi, dalam penelitian ini tipe yang digunakan dalam penelitian kuantitatif dengan menggunakan instrument-instrument penelitian, sedangkan kualitatif adalah penelitian deskriptif, sehingga peneliti mendapatkan gambaran secara terperinci.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Mataram pada tiap universitas dikota mataram dengan tujuan untuk mengetahui posisi tagar (#) sebagai penunjang

aksi masa demonstrasi saat massa aksi melakukan aksi demonstrasi serentak di Kota Mataram.

3.3 Jenis Data

Data dalam penelitian ini akan diperoleh melalui dua sumber:

3.3.1 Data Primer

Data primer adalah data yang semua informasi mengenai konsep penelitian (ataupun yang terkait dengannya) yang kita peroleh secara langsung dari unit analisis yang dijadikan sebagai objek penelitian yang didapat melalui wawancara dan observasi (Moleong, 2014). Wawancara ditujukan kepada Presiden Mahasiswa tiap-tiap kampus di Kota Mataram. Sedangkan untuk mengetahui mengetahui posisi tagar (#) sebagai penunjang aksi masa demonstrasi adalah dengan menggunakan kuisioner.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang semua informasi yang diperoleh tidak secara langsung (Moleong, 2014). Didapat melalui dokumen-dokumen yang mencatat keadaan konsep penelitian didalam unit analisa yang dijadikan sebagai objek penelitian. Diperoleh dari literatur-literatur, dokumen-dokumen, penelitian perorangan terdahulu yang relevan dengan objek penelitian (Moleong, 2014).

Dengan menggunakan bahan-bahan referensi yang diperoleh melalui studi pustaka. Adapun sumbernya berupa jurnal yang terkait dengan penelitian ini dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penggunaan sosial media sebagai alat komunikasi.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang representative baik data primer maupun data sekunder, maka dalam penelitian penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data diantaranya:

3.4.1 Wawancara

Adapun Teknik pengumpulan data dengan cara turun langsung ke lapangan untuk mencari data-data yang diperlukan dengan cara observasi langsung dengan wawancara (Moleong, 2000). Kemudian pengumpulan data menggunakan teknik wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua belah pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan (Moleong, 2000). Maka teknik pengumpulan data diperoleh dengan wawancara sebagai berikut:

3.4.2 Kuesioner

Penelitian ini juga menggunakan teknik pengumpulan data survei. Survei yang dilakukan adalah dengan menggunakan kuesioner yang akan diberikan pada koresponden. Teknik penentuan Sampel menggunakan metode *systematic random sampling*, sampel acak sistematis adalah sampel yang diambil dimana anggota sample dipilih secara sistematis dari daftar populasi. Untuk menentukan jumlah responden yang akan dijadikan sampel pada penelitian ini digunakan tehnik penentuan sampel yang minimal yang dianggap representative yakni dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2011):

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel minimal

N = Ukuran populasi

e = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolerir, e= 0,1

Dalam rumus Solvin ada ketentuan sebagai berikut:

- Nilai e= 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar
- Nilai e= 0,2 untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi, rentan sampel yang dapat diambil dari teknik Solvin adalah antara 10-20% dari populasi penelitian. Berdasarkan rumus diatas maka besar jumlah sampel yang akan diambil adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{653.523}{1 + 653.523(0,1)^2}$$

$$n = \frac{653.523}{1 + 653.523(0,01)}$$

$$n = \frac{653.523}{1 + 6.535,23}$$

$$n = \frac{653.523}{6.536,23}$$

$$n = 99,985$$

Jadi, jumlah populasi sampel yang akan diambil dalam penelitian ini berjumlah 14 orang yang akan disurvei.

3.4.3 Dokumentasi

Menurut Hamidi (2004:72), Metode dokumentasi adalah informasi yang berasal dari catatan penting baik dari lembaga atau organisasi maupun dari perorangan. Dokumentasi penelitian ini merupakan pengambilan gambar oleh peneliti untuk memperkuat hasil penelitian. Menurut Sugiyono (2013:240), dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi merupakan pengumpulan data oleh peneliti dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen dari sumber terpercaya yang mengetahui tentang narasumber, misal LSM. Metode dokumentasi menurut Arikunto (2006:231) yaitu mencari data mengenai variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Berdasarkan kedua pendapat para ahli dapat ditarik kesimpulan bahwa pengumpulan data dengan cara dokumentasi merupakan suatu hal dilakukan oleh peneliti guna mengumpulkan data dari berbagai hal media cetak membahas mengenai narasumber yang akan diteliti. Penelitian ini menggunakan metode dokumentasi untuk mencari data tentang profil pengamen jalanan di kota Surakarta.

3.5 Unit Analisa Data

Analisis data menurut Sugiyono (2017:232) adalah sebagai berikut: “Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti,

melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.” Berdasarkan uraian di atas dapat ditinjau bahwa analisis data dilakukan sebagai upaya untuk mengolah data menjadi informasi, merubah karakteristik data 95 sehingga dapat dipahami dengan mudah dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkenaan dengan kegiatan penelitian. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Deskriptif dan Asosiatif hubungan kausal, kedua analisis tersebut dapat diuraikan sebagai berikut: Analisis Deskriptif Analisis deskriptif pada penelitian ini, digunakan untuk menjawab rumusan masalah mengenai kondisi masing-masing variabel penelitian. Untuk menjawab rumusan masalah tersebut, alat analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif. Adapun menurut Sugiyono (2018:238-239) mengenai statistik deskriptif adalah sebagai berikut: “Statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.” Dalam penelitian ini, adapun penulis menjabarkan langkah-langkah yang dilakukan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner. Kuesioner yang diteliti adalah sampel yang telah ditentukan sebelumnya.
2. Melakukan pengumpulan data. Penulis menentukan alat untuk memperoleh data dari elemen-elemen yang akan diselidiki. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah daftar penyusunan pernyataan atau

keusioner. Penulis menggunakan skala linkert untuk mengidentifikasi kuesioner dari masing-masing variabel penelitian yang diajukan kepada responden.

- Daftar kuesioner disebarakan ke unit observasi, yaitu Perwakilan setiap universitas di Kota Mataram yang mengikuti aksi demonstrasi. Adapun daftar universitas yang tercatat dikota mataram untuk di berikan kuesioner sebagai berikut:

Tabel 3.1 Unit Analisis Data

No	Unit Analisis Data	Sampel Penelitian
1	Universitas Mataram	1. PresidenMahasiswa UNRAM 2. Ketua Bidang Advokasi dan Ham BEM UNRAM
2	Universitas Muhammadiyah Mataram	1. PresidenMahasiswa UMMAT 2. Ketua Bidang Advokasi dan Ham BEM UMMAT 3. Ketua IMM UMMAT
3	Universitas Islam negeri Mataram	1. Presiden Mahasiswa 2. Ketua Organisasi HMI UIN
4	IKIP Mataram	1. Presiden Mahasiswa
5	Univeritas Nahdlatul Wathan Mataram	1. Presiden Mahasiswa
6	Universitas BUMIGORA	1. Presiden Mahasiswa
7	STIE AMM	1. Presiden Mahasiswa
8	Universitas Islam Al Azhar Matara	1. Presiden Mahasiswa
9	STIKES MATARAM	1. Presiden Mahasiswa
10	STIKES YARSI MATARAM	1. Presiden Mahasiswa

3.6 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling menurut Sugiyono (2017:139) adalah sebagai berikut:

“Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik sampling dikelompokkan menjadi 2 (dua), yaitu *Probability* Sampling dan *Nonprobability* Sampling.” Menurut Sugiyono (2013:140) pengertian

Probability Sampling adalah sebagai berikut: “Teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.” Menurut Sugiyono (2013:142) pengertian *Nonprobability Sampling* adalah sebagai berikut: “Teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel.” Berdasarkan uraian konsep di atas maka dalam menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik *Probability Sampling*. Metode yang digunakan adalah *Proportionate Random Sampling*. Menurut Sugiyono (2013:140) pengertian *Proportionate Stratified Random Sampling* adalah sebagai berikut: “Teknik yang digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional.”

Dalam penelitian ini penulis menggunakan *Cluster Sampling* atau Sampel Gugus teknik ini biasa juga diterjemahkan dengan cara pengambilan sampel berdasarkan gugus. Berbeda dengan teknik pengambilan sampel acak yang distratifikasikan, di mana setiap unsur dalam satu stratum memiliki karakteristik yang homogen (stratum A : laki-laki semua, stratum B : perempuan semua), maka dalam sampel gugus, setiap gugus boleh mengandung unsur yang karakteristiknya berbeda-beda atau heterogen. Misalnya, dalam satu organisasi terdapat 100 departemen. Dalam setiap departemen terdapat banyak pegawai dengan karakteristik berbeda pula. Beda jenis kelaminnya, beda tingkat pendidikannya, beda tingkat pendapatnya, beda tingkat manajerialnya, dan perbedaan-perbedaan lainnya. Jika peneliti bermaksud mengetahui tingkat penerimaan para pegawai terhadap suatu

strategi yang segera diterapkan perusahaan, maka peneliti dapat menggunakan cluster sampling untuk mencegah terpilihnya sampel hanya dari satu atau dua departemen saja. Prosedur :

1. Susun sampling frame berdasarkan gugus—Dalam kasus di atas, elemennya ada 100 departemen.
2. Tentukan berapa gugus yang akan diambil sebagai sampel
3. Pilih gugus sebagai sampel dengan cara acak
4. Teliti setiap perwakilan yang ada dalam gugus sample

3.7 Teknik Analisa Data

Analisis hasil penelitian berisi uraian tentang cara-cara analisis yang menggambarkan bagaimana suatu data dianalisis dan apa manfaat data yang terkumpul untuk dipergunakan dalam memecahkan masalah penelitian.

Untuk menganalisis dan mengetahui posisi tagar (#) sebagai penunjang aksi masa demonstrasi. Penulis akan terjun langsung ke lapangan untuk melakukan survei kuesioner yang ditujukan kepada tiap perwakilan badan eksekutif mahasiswa (BEM) yang menjadi wadah dalam aksi demonstrasi di seluruh kampus di Kota Mataram.

Adapun teknik kuantitatif diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian. Penelitian kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan instrument-instrument. Instrument tersebut adalah ukuran dan besarnya skala yang ada dalam penelitian.

Penelitian ini menggunakan skala pengukuran skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau

kelompok tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2014). Menurut Sugiyono (2014), variable yang diukur dijabarkan menjadi indicator variable, kemudian indikator tersebut digunakan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument. Dalam penelitian ini, instrument yang digunakan adalah pernyataan. Maka, skala Likert yang digunakan terdapat pada table berikut dibawah ini.

Tabel 3.2 Skala Likert

Kriteria	Pernyataan
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Untuk mencari interval kategori nilai indeks maka akan digunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 & \text{Nilai Interval} \\
 & = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Indek}} = \frac{4 - 1}{4} = \frac{3}{4} \\
 & = 0,75
 \end{aligned}$$

Nilai interval sama dengan nilai tertinggi dikurang (-) nilai terendah dibagi (/) jumlah frekuensi. Nilai tertinggi 4 dikurang (-) nilai terendah 1 dibagi jumlah frekuensi yaitu 4 maka hasil yang diperoleh adalah 0,75.

Tabel 3.3 Kriteria Hasil Skor Indeks

Nilai	Kriteria
Sangat Setuju	3,26 – 4,00
Setuju	2,51 – 3,25
Tidak Setuju	1,76 – 2,50
Sangat Tidak Setuju	1.00 – 1,75

Setelah penulis berhasil mendapatkan data kuesioner maka data tersebut akan diolah kedalam bentuk hasil pernyataan umum yang kemudian dintrepertasikan. Setelah data-data terkumpul penulis akan langsung menganalisis data yang telah didapatkan dan mengetahui posisi tagar (#) sebagai penunjang aksi masa demonstrasi seperti apa.

