

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan sehari-hari istilah “politik” sudah tidak begitu asing karena segala sesuatu yang dilakukan atas dasar kepentingan kelompok atau kekuasaan sering kali di atasnamakan dengan label politik. Politik sering kali dicitrakan dengan perbuatan tidak jujur, curang, tega, kotor, dan jahanam. Dengan kata lain politik diartikan sebagai sebuah penyimpangan perilaku yang keluar dari tatanan kehidupan normal.¹

Dinamika kehidupan sosial politik saat ini menghadirkan akses terhadap dunia informasi yang semakin terbuka. Salah satu penyebabnya adalah kehadiran media baru seperti internet. Melalui internet, berbagai informasi, sosialisasi gagasan, ajakan, tuntutan hingga protes dan usulan alternatif kebijakan dapat dipublikasikan dan dipertukarkan dengan waktu yang relatif cepat dibanding melalui media cetak atau media penyiaran (*broadcasting*). Interkoneksi sesama warga negara atau hubungan antara infra dan suprastruktur dalam sistem politik dapat berjalan tanpa terbatas oleh ruang dan waktu.²

Penggunaan internet dalam kehidupan sosial politik yang semakin meluas tentu tidak bisa kita lepaskan dari lingkungan dinamis yang terjadi di dunia, di

¹Hafied Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*, (Jakarta:PT. RajaGrafindo Persada, 2009), h.25.

²Gun Gun Heryanto, *Media Komunikasi Politik: Relasi Kuasa Media di Penggunaan Politik*, (Yogyakarta: IRCiSoD, 2018), h.53-54.

kawasan Asia dan Indonesia sendiri. Internet menjadi media baru yang revolusioner di dunia karena merupakan “perkawinan” antara media cetak, audio dan video yang menawarkan komunikasi dua arah.

Internet tidak hanya menjadi sarana untuk berkampanye, media internet dapat juga digunakan sebagai media pembelajaran politik dan sebagai sarana komunikasi politik dalam membentuk opini yang berkembang. Salah satu contohnya adalah penggunaan media sosial. Media sosial hadir dengan karakteristiknya yang interaktif dan multimedia.

Media sosial saat ini memiliki peranan yang penting bagi berbagai aspek kehidupan sosial masyarakat modern. Hal tersebut dapat dilihat dimana penggunaan media sosial sebagai alat untuk mempercepat proses perubahan sosial di negara-negara berkembang dan dimanfaatkan juga sebagai alat untuk melakukan kampanye politik, propaganda, dan advertensi. Pengaruh kemajuan teknologi dan informasi terhadap politik, dapat dilihat melalui dua aspek, yaitu komunikasi politik dan sosialisasi politik. Media menjadi agen penting komunikasi dan sosialisasi politik.³

Selain menjadi sumber informasi, media sosial juga merupakan saluran komunikasi bagi para aktor politik. Cara media menyampaikan peristiwa-peristiwa akan mempengaruhi persepsi masyarakat mengenai perkembangan politik. Dengan

³Sherly Nelsa Fitri, Pro Kontra Gerakan Tagar #2019GantiPresiden Sebagai Sarana Kampanye dalam Pemilu, Jurnal Magister Hukum Universitas Negeri Sebelas Maret, Surakarta.

fungsi kontrolnya, secara persuasif dapat menggugah partisipasi publik untuk ikut serta dalam merombak struktur politik.⁴

Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh publik untuk menyampaikan partisipasinya dalam dunia politik adalah instagram. Dengan instagram orang dapat mengekspresikan opininya mengenai politik di dalamnya. Hal ini, disadari atau tidak merupakan bentuk dari partisipasi politik. Di dalam instagram isu politik yang saat ini sedang *happening* adalah tagar #2019gantipresiden. Gerakan tagar #2019gantipresiden ini pertama kali digagas oleh politikus PKS Mardani Sera. Mardani terlihat pertama kali menggunakan gelang berlogo #2019gantipresiden dalam sebuah acara televisi pada Selasa 3 April 2018. Setelah itu kemudian gerakan ini membentuk kelompok sendiri dan mulai mendeklarasikan gerakan ini pada 6 Mei 2018. Sejak saat itulah gerakan tagar #2019gantipresiden mulai banyak mendapat dukungan.

Fenomena gerakan tagar #2019gantipresiden ini adalah fenomena baru dalam dunia politik. Dimana gerakan tagar #2019gantipresiden dibentuk sebagai media kampanye yang digunakan oleh partisipan pendukung pasangan calon presiden dan wakil presiden nomor 02. Fenomena ini jelas menggambarkan adanya suatu proses

⁴Rintis Tri Hartanto, *Persepsi Mahasiswa Terhadap Iklan Politik Abu Rizal Bakrie pada Media Televisi TV One*, Skripsi, (Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret, 2014)

transfer informasi dari pasangan tertentu kepada anggota masyarakat sebagai konstituen atau calon konstituen dari pasangan capres atau cawapres tertentu.⁵

Melihat fenomena penggunaan tagar #2019gantipresiden merupakan salah satu strategi yang dipakai oleh salah satu pasangan capres dan cawapres pada Pilpres 2019. Fenomena semacam ini banyak mengundang persepsi masyarakat khususnya mahasiswa untuk ikut berperan menganalisa maksud dan tujuan penggunaan hal tersebut. Sebagai mahasiswa pasti memiliki pandangan tersendiri dan lebih khusus jika dibandingkan dengan pandangan publik dalam menilai suatu fenomena yang terjadi. Pandangan tersebut sama artinya dengan kata Persepsi. Persepsi menjadi proses penting yang berisi informasi tentang pandangan seseorang dalam mengidentifikasi suatu keadaan atau permasalahan tertentu.

Berdasarkan pada latar belakang fenomena diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian “ **Persepsi Mahasiswa Prodi KPI UIN Raden Fatah Palembang terhadap Tagar #2019gantipresiden di Instagram sebagai Strategi Komunikasi Politik pada Pilpres 2019**”

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih fokus dan terarah, maka peneliti memberikan batasan terhadap makna #2019gantipresiden. Adapun yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penggunaan #2019gantipresiden di sosial media instagram. Sedangkan mahasiswa

⁵Syafifuddin, *Komunikasi Politik Bermedia dan Penggunaannya Oleh Masyarakat*, (Jurnal Studi Komunikasi dan Media), h. 49.

yang diteliti adalah mahasiswa prodi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang angkatan 2015 dan 2016.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu : Bagaimana persepsi mahasiswa prodi KPI UIN Raden Fatah Palembang terhadap tagar #2019gantipresiden di instagram sebagai strategi komunikasi politik pada Pilpres 2019 ?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa prodi KPI UIN Raden Fatah Palembang terhadap tagar #2019gantipresiden di instagram sebagai strategi komunikasi politik pada Pilpres 2019.
2. Untuk mengetahui pesan politik dari tagar #2019gantipresiden.

E. Kegunaan Penelitian

a. Secara Teoretis

Bagi ilmu pengetahuan, penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi ilmiah berkaitan dengan strategi komunikasi politik.

b. Secara Praktis

- 1) Secara praktik penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada praktisi politik dalam berkomunikasi untuk bisa mencapai suatu kesuksesan.
- 2) Untuk bahan kajian lanjutan bagi peneliti selanjutnya.

F. Tinjauan Pustaka

Adapun penelitian yang terkait dengan judul penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Penelitian berjudul “*Pola Komunikasi Politik Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (Studi Terhadap Fraksi Partai Golkar di Kabupaten OKI)* oleh Agus Edward, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang 2014. Penelitian ini fokus pada pola komunikasi politik anggota Dewan Perwakilan Daerah pada Fraksi Golkar di Kabupaten OKI dalam menjalankan tugasnya. Pada penelitian tersebut peneliti menggunakan metode penelitian dengan pendekatan deskriptif kualitatif yang lebih menekankan analisisnya pada kesimpulan deduktif, yakni menarik suatu kesimpulan dari pernyataan yang bersifat ke khusus sehingga hasil penelitian dapat dipahami dengan mudah. Adapun kesimpulannya bahwa penerapan Pola Komunikasi Anggota DPRD Kab. OKI belum begitu baik, terbukti dengan adanya faktor-faktor yang mempengaruhinya baik internal maupun eksternal, hal ini memberikan dampak terhadap kinerja dari anggota DPRD sendiri. Selain itu pola komunikasi anggota DPRD Kab.OKI menggunakan metode verbal, dimana metode itu sering memunculkan pertentangan dari pihak lawan politik.⁶

Penelitian oleh Misliyah yang berjudul “*Komunikasi Politik Melalui Media Massa Pasangan Mochtar Muhammad – Rahmat Effendi (Murah) dalam Pilkada Walikota Bekasi Periode 2008-2013*”, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan

⁶Agus Edward, *Pola Komunikasi Politik Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (Studi Kasus Fraksi Partai Golkar di Kabupaten OKI)*, Skripsi, (Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang, 2006)

Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010. Penelitian ini tefokus pada Sosialisasi Politik Media Massa yang dilakukan oleh pasangan Mochtar Muhammad dan Rahmat Effendi dalam Pilkada Bekasi Periode 2008-2013. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analisis, maksudnya analisis yang didasarkan pada penggambaran secara objektif terhadap tema penelitian. Adapun berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Misliyah dapat ditarik kesimpulan bahwa kegiatan sosialisasi oleh pasangan Mochtar Muhammad dan Rahmat Effendi banyak menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik. Dan penggunaan media massa ini dirasa cukup efisien karena dapat merubah persepsi dan pemahaman masyarakat tentang pasangan Mochtar Muhammad dan Rahmat Effendi pada Pilkada Bekasi Peiode 2008-2013.⁷

Penelitian Mochammad Rifqi Ridho yang berjudul "*Strategi Komunikasi Politik Dalam Perolehan Suara Partai Persatuan Pembangunan (PPP) pada Pemilu Legislatif 2009 di Kabupaten Tegal*", jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2011. Penelitian ini difokuskan pada Strategi Komunikasi Politik Partai PPP dalam Pemilu Legislatif di Kab. Tegal. Peneliti ini menggunakan analisis deskriptif interpretatif, dimana peneliti menginterpretasi data untuk memperoleh arti makna yang lebih mendalam dan luas terhadap hasil penelitian yag dilakukan. Selanjutnya peneliti menjabarkan ke dalam unit-unit untuk dilakukan sintesa dan penyusunan pola sehingga dapat membuat kesimpulan yang mudah

⁷Misliyah, *Komunikasi Politik Melalui Media Massa Pasangan Mochtar Muhammad-Rahmat Effendi dalam Pilkada Walikota Bekasi Periode 2008-2013*, Skripsi, (Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2010)

dipahami. Dari penelitian yang dilakukan oleh Mochammad Rifqi Ridho didapati kesimpulan bahwa Strategi Komunikasi Politik Partai PPP dinilai belum efektif, hal ini terlihat dari penurunan jumlah perolehan suara PPP pada Pemilu Legislatif 2009 di Kabupaten Tegal.⁸

Melihat dari penelitian-penelitian diatas terdapat kesamaan dengan penelitian yang akan diteliti oleh penulis, yaitu sama-sama terfokus pada komunikasi politik. Namun dalam penelitian ini, yang membedakannya dari penelitian-penelitian diatas adalah penelitian ini lebih terfokus pada persepsi mahasiswa terhadap strategi komunikasi politik melalui #2019gantipresiden pada Pilpres.

G. Kerangka Teori

1. Persepsi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, “persepsi dapat diartikan sebagai tanggapan (penerimaan) langsung dari objek.⁹ Sedangkan dalam psikologi, persepsi dapat diartikan sebagai kemampuan untuk mengadakan diskriminasi antara objek-objek berdasarkan ciri-ciri fisik yang berbeda antara objek itu.

Menurut Pareek, memberikan defenisi yang lebih luas mengenai persepsi ini dikatakan “persepsi dapat disefenisikan sebagai proses menerima, menyeleksi,

⁸Mochammad Rifqi Ridho, *Strategi Komunikasi Politik dalam Perolehan Suara Partai Persatuan Pembangunan (PPP) pada Pemilu Legislatif 2009 di Kabupaten Tegal*, Skripsi, (Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2011)

⁹ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi kedua, (Jakarta: Balai Pustaka, 1991), h.374.

mengorganisasikan, mengartikan, menguji dan memberikan reaksi kepada rangsangan pancaindra atau data.¹⁰

Slameto dalam bukunya *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya* mengatakan, persepsi adalah “proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia. Melalui persepsi inilah manusia terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dapat dilakukan lewat indera penglihatan, pendengaran, peraba dan penciuman.”¹¹

Sementara dalam perspektif ilmu komunikasi, persepsi dapat diartikan sebagai inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi yang identik dengan penyandian balik (decoding) dalam proses komunikasi. Hal ini tampak jelas pada defenisi John R. Wenburg dan William W. Wilmot : “persepsi dapat didefenisikan sebagai cara organisme memberi makna” atau defenisi Rudolf F. Venderber: “persepsi adalah proses menafsirkan informasi indrawi”.¹²

2. Komunikasi Politik

Istilah komunikasi berasal dari kata *Communicare* yang berarti di dalam bahasa latin mempunyai arti, atau berasal dari kata *bommoness* yang berarti sama

¹⁰Muhammad Harith Bin Mohm Noh, *Persepsi Mahasiswa Terhadap Dakwah melalui Nasyid Modern*, Skripsi, (Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang, 2017)

¹¹ Nurmagriana, *Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah Terhadap Radio Fatwa Fakultas Dakwah IAIN Raden Fatah Palembang Dalam Meningkatkan Syi'ar Islam*, Skripsi, (Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Raden Fatah Palembang, 2006)

¹² Muhammad Harith Bin Mohm Noh, *op.cit.*,h.9.

“*Common*”. Dengan demikian, secara sangat sederhana sekali, dapat dikatakan bahwa seseorang yang berkomunikasi berarti mengharapkan agar orang lain dapat berpartisipasi atau bertindak sama sesuai dengan tujuan, harapan atau isi pesan yang disampaikan.¹³

Politik dapat dipahami sebagai proses pembentukan dan pembagian kekuasaan dalam masyarakat antara lain berwujud proses pembuatan keputusan, khususnya dalam negara. Dapat juga dipahami sebagai proses interaksi antara pihak penguasa dan pihak yang dikuasai.¹⁴

Dalam teori politik menunjukkan pada kemampuan untuk membuat orang lain melakukan sesuatu yang tidak dikehendaknya. Max Weber menuliskan adanya tiga sumber kekuasaan: *pertama*, dari perundang-undangan yakni kewenangan; *kedua*, dari kekerasan seperti penguasa senjata; *ketiga*, dari charisma. Artinya kekuasaan memang menjadi incaran utama dalam kegiatan politik, namun dalam waktu yang sama tetap mengindahkan aspek keputusan.

Bertolak dari konsep komunikasi dan konsep politik yang telah diuraikan diatas, upaya untuk mendekati pengertian apa yang dimaksud dari komunikasi politik. Menurut Dahlan, komunikasi politik ialah suatu bidang atau disiplin yang menelaah perilaku dan kegiatan komunikasi yang bersifat politik, mempunyai akibat politik, atau berpengaruh terhadap perilaku politik. Dengan demikian, pengertian komunikasi politik dapat dirumuskan sebagai suatu proses pengoperan

¹³ H. Toto Tamara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), h.1.

¹⁴ Elly M. Setiadi dan Usman Kolip, *Pengantar Sosiologi Politik*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013), Cet ke 1, h.4.

lambang-lambang atau symbol-simbol komunikasi yang berisi pesan-pesan politik dari seseorang atau kelompok kepada orang lain dengan tujuan untuk membuka wawasan atau cara berpikir, serta mempengaruhi sikap dan tingkah laku khalayak yang menjadi target politik.¹⁵

Harsono Suwardi mengatakan bahwa komunikasi politik dapat dilihat dari arti sempit maupun arti luas. Dalam arti sempit, komunikasi politik adalah setiap bentuk penyampaian pesan baik dalam lambang maupun lisan hingga tulisan ataupun dalam bentuk isyarat yang mempengaruhi kedudukan seseorang yang ada dalam suatu struktur kekuasaan tertentu. Sedangkan dalam arti luas komunikasi politik adalah setiap jenis penyampaian pesan khususnya yang bermuatan info politik dari suatu sumber kepada sejumlah penerima pesan.

Sementara kajian komunikasi politik menurut Nina W. Syam berada dalam satu pohon komunikasi, komunikasi politik adalah salah satu cabang komunikasi organisasional berdasarkan pendekatan publik. Artinya, komunikasi politik berlangsung dalam konteks organisasi dan situasi publik. Komunikasi politik pada umumnya terdiri dari unsur-unsur, yaitu :

- a. Komunikator orang yang menyampaikan pesan kepada komunikan.
- b. Komunikan orang yang menerima pesan dari komunikator.
- c. Pesan adalah isi atau maksud yang akan di sampaikan komunikator kepada komunikan.

¹⁵ Hafied Cangara, *op.cit.*, h.35

- d. Media adalah alat untuk menyampaikan pesan melalui udara ataupun melalui handphone, majalah, koran, internet, audio, audio visual dan lain-lain.
- e. Tujuan untuk memberikan suatu informasi kepada komunikan dari ketidaktahuan menjadi tahu.
- f. Efek adalah hasil akhir dari suatu komunikasi, yaitu sikap dan tingkah laku orang, sesuai atau tidak dengan yang kita inginkan. Apabila sikap dan tingkah laku orang lain sesuai, maka komunikasi berhasil.
- g. Sumber komunikasi adalah dasar yang digunakan dalam penyampaian pesan dan digunakan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri.¹⁶

Berdasarkan beberapa defenisi diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi politik (*political communication*) suatu proses komunikasi yang memiliki implikasi atau konsekuensi terhadap aktivitas politik yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah. Atau bisa juga dipahami bahwa komunikasi politik adalah komunikasi antara yang memerintah dan yang diperintah.

3. Strategi Komunikasi Politik

Strategi bisa diartikan sebagai rencana menyeluruh dalam mencapai suatu tujuan target meskipun tidak ada jaminan akan keberhasilannya. Di dalam dunia komunikasi, strategi berarti rencana menyeluruh dalam mencapai tujuan-tujuan

¹⁶Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), ,h.24-

komunikasi, tujuan-tujuan komunikasi dalam hal ini bisa bermacam-macam, bergantung pada media komunikasi yang disentuhnya.¹⁷

Dalam hal ini, komunikasi yang disentuh adalah komunikasi politik. Strategi dalam berkomunikasi politik selain sebagai penentu kemenangan politik kompetitor, strategi komunikasi politik juga dapat mempengaruhi perolehan pada suara suatu partai politik. Dengan strategi komunikasi politik diharapkan dapat memberikan manfaat dalam membangun dan menciptakan kekuatan melalui kontinuitas juga konsistensi. Hal ini juga dapat dilakukan dalam kegiatan taktiknya dalam berpolitik melalui komunikasi.¹⁸

Effendi dalam bukunya *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktik)* berpendapat bahwa untuk mencapai tujuan strategi komunikasi politik, strategi tidak akan berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.¹⁹

Pada hakekatnya suatu strategi komunikasi politik adalah keseluruhan keputusan kondisional pada saat ini tentang tindakan yang akan diambil guna mencapai tujuan politik masa depan.²⁰

¹⁷Pawit, M.Yusuf. *Komunikasi Intruksional: Teori&Praktik*, (Jakarta: Bumi Aksara,2010), Cet ke-1, h. 228.

¹⁸<https://www.google.co.id/amp/s/pakarkomunikasi.com/strategi-komunikasi-politik>, Diakses tanggal 13 Oktober 2018, pukul 14.28.

¹⁹ Effendy Onong, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1993)

²⁰Anwar Arifin, *Pencitraan dalam Politik : Strategi Pemenangan PEMILU dalam Perspektif Komunikasi Politik*, (Jakarta: Pustaka Indonesia, 2009), Cet ke-1, h. 53

Menurut Anwar Arifin dalam bukunya *Pencitraan dalam Politik (Strategi Pemenangan PEMILU dalam Perspektif Komunikasi Politik)* mengatakan ada 3 strategi yang dapat dilakukan dalam berkomunikasi politik, yaitu :

a. Ketokohan dan Kelembagaan

Langkah pertama dalam strategi komunikasi politik ialah merawat ketokohan dan menetapkan kelembagaan. Artinya, dengan ketokohan seorang politikus dan kemantapan lembaga politiknya dalam masyarakat, akan memiliki pengaruh tersendiri dalam berkomunikasi politik.

b. Menciptakan Kebersamaan

Langkah strategi kedua yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan komunikasi politik, yaitu menciptakan kebersamaan antara politikus dengan khalayak (rakyat) dengan cara mengenal khalayak dan menyusun pesan yang *homofili*. Hal itu diperlukan agar komunikasi politik dapat melakukan empati (pribadi hayal atau pribadi mobil).

c. Membangun Konsensus

Langkah strategi ketiga yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan komunikasi politik, yaitu membangun konsensus baik antara politikus dengan politikus dalam satu partai politik maupun antara politikus dengan politikus dari luar partai politik. Hal ini pula umumnya terjadi baik dalam rapat dan persidangan

maupun dalam lobi, dengan menggunakan model komunikasi interaktif sesuai dengan paradigma interaksional.²¹

H. Metodologi Penelitian

1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu data primer dan data sekunder.²²

a. Data Primer (*primary data*)

Data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan. Dalam hal ini peneliti mendapatkan informasi langsung dari mahasiswa Prodi KPI UIN Raden Fatah Palembang.

b. Data Sekunder (*secondary data*)

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui perantara (dihasilkan pihak lain). Data sekunder pada umumnya berbentuk catatan atau laporan dokumentasi. Dalam hal ini peneliti mendapatkan informasi dari buku-buku, dokumentasi serta artikel-artikel yang terkait dengan permasalahan.

2. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Dalam hal ini,

²¹ *Ibid.*, h. 53-96

²² Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, (Jakarta:Rajawali Pers,2017) , Cet ke-7, h.138.

mahasiswa prodi Komunikasi Penyiaran Islam yang menjadi informan utama dalam memberikan informasi mengenai permasalahan dalam penelitian. Pada penelitian ini menggunakan teknik *Snowball Sampling*.

Snowball Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang pada mulanya jumlahnya kecil tetapi makin lama makin banyak, berhenti sampai informasi yang didapatkan dinilai telah cukup.²³ Dalam konteks ini snowball sampling diartikan memilih sumber informasi mulai dari sedikit kemudian makin lama makin besar jumlah sumber informasinya, sampai pada akhirnya benar-benar dapat diketahui sesuatu yang ingin diketahui dalam konteksnya.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu langkah dalam metode ilmiah melalui prosedur sistematis, logis dan proses pencarian data yang valid, baik diperoleh secara langsung (*primer*) atau tidak langsung (*sekunder*) untuk keperluan analisis dan pelaksanaan pembahasan (*process*) suatu riset secara benar untuk menemukan kesimpulan, memperoleh jawaban (*output*) dan sebagai upaya untuk memecahkan persoalan yang dihadapi oleh peneliti.²⁴

a. Wawancara

Wawancara merupakan suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab lisan dimana dilakukan

²³Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*, (Jakarta: PT. Fajar Interpretama Mandiri, 2013)

²⁴Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), Cet ke-7, h.27

untuk memperoleh data atau informasi sebanyak mungkin dan sejelas mungkin kepada subjek penelitian.²⁵

Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara kepada mahasiswa Prodi KPI UIN Raden Fatah Palembang sebagai objek penelitian. Hal-hal yang menjadi pertanyaan yaitu mengenai persepsi mereka terhadap strategi komunikasi politik pada Pilpres 2019 dan bagaimana efek yang mereka rasakan dari strategi komunikasi politik yang diterapkan.

Ada beberapa macam kegiatan wawancara yang dikelompokkan yang berdasarkan cara pelaksanaannya, yakni wawancara tertutup, terbuka, konferensi, kelompok, individual, terpimpin, dan bebas. Dan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara terbuka yaitu sebuah wawancara yang dilakukan dengan tidak merahasiakan sebuah informasi yang mengenai narasumbernya dan juga mempunyai pertanyaan-pertanyaan yang tidak terbatas atau tidak terikat jawabannya.

b. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk mengamati atau mencatat suatu peristiwa dengan penyaksian langsungnya, dan biasanya peneliti dapat bertindak sebagai partisipan atau

²⁵Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*,(Jakarta: Bumi Aksara, 2015), h.160

observer dalam menyaksikan atau mengamati suatu objek peristiwa yang sedang ditelitinya.²⁶

Dalam hal ini peneliti melakukan observasi secara langsung terhadap penggunaan #2019gantipresiden dikalangan masyarakat, guna memperoleh informasi tentang persepsi mahasiswa terhadap fenomena tersebut. Dengan begitu maka peneliti akan mendapatkan data maupun informasi terkait penelitian.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian sosial untuk menelusuri data historis.²⁷ Teknik dokumentasi yang dilakukan peneliti bertujuan untuk menelaah data melalui buku-buku, jurnal, artikel-artikel di internet, maupun sumber-sumber lain yang berkaitan dengan kajian penelitian, serta melakukan pengambilan dokumentasi melalui foto ataupun catatan lain.

4. Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari, memilah hal-hal pokok dan merangkum secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan cara mengorganisasikan data ke dalam

²⁶Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*,(Jakarta: PT .Raja Grafindo Persada,2006) ,h.219

²⁷Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*,(Jakarta: Bumi Aksara, 2015), h.177

kategori, menjabarkan keadaan ke unit-unit, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan.

Analisis data dalam penelitian dilakukan berdasarkan prosedur yang dikemukakan Miles dan Huberman (1992) bahwa ada tiga tahapan yang harus dikerjakan dalam menganalisis data, yaitu :

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dan mencari tema dan polanya. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran lebih jelas dan memudahkan untuk melakukan pengumpulan data.²⁸

b. Paparan Data

Pemaparan data sebagai sekumpulan informasi tersusun, dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Pemaparan data digunakan untuk meningkatkan pemahaman kasus dan sebagai acuan mengambil tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis sajian data.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan hasil penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data. Simpulan disajikan dalam bentuk deskriptif objek penelitian dengan berpedoman pada kajian penelitian.²⁹

Penarikan kesimpulan sementara, masih dapat diuji kembali dengan data di

²⁸Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*,(Jakarta: Bumi Aksara, 2015), h.211

²⁹ *Ibid.*, h.212

lapangan, dengan cara merefleksi kembali, peneliti dapat bertukar pikiran dengan teman sejawat, triangulasi, sehingga kebenaran ilmiah dapat tercapai. Bila proses siklus interaktif ini berjalan dengan kontinu dan baik, maka keilmiahannya hasil penelitian dapat diterima. Setelah hasil penelitian telah diuji kebenarannya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan dalam bentuk deskriptif sebagai laporan penelitian.³⁰

Analisis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan format desain deskriptif. Metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Metode ini mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk hubungan serta pengaruh dari suatu fenomena.³¹

Dalam hal ini, peneliti mengolah data dan mengorganisasikan hasil temuan data serta informasi dari pengamatan, hasil wawancara, serta dokumentasi terkait dengan persepsi mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang terhadap penggunaan #2019gantipresiden sebagai strategi komunikasi politik pada Pilpres 2019.

I. Sistematika Penulisan

Mengenai sistematika penulisan dalam penelitian yang ingin disusun mempunyai lima bab :

³⁰ Iskandar, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Gaung Persada, 2009), Cet ke-1, h. 140-142.

³¹ Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), h. 55

BAB I Adalah Pendahuluan. Pada bab ini akan dijelaskan secara rinci pokok pemikiran yang melatarbelakangi timbulnya suatu masalah, pengertian judul, batasan masalah, tujuan dan kegunaan, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II Adalah Landasan Teori. Yang terdiri dari kajian tentang pengertian Persepsi, Komunikasi Politik dan Strategi Komunikasi Politik.

BAB III pada bab ini ditulis tentang gambaran umum Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Visi, Misi dan Tujuan serta jumlah mahasiswa yang ada di Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

BAB V Penutup dan Saran.