

**PENGGUNAAN PREDIKAT *CEBONG* DAN *KAMPRET*
DALAM PERSAINGAN POLITIK MENJELANG
PEMILIHAN PRESIDEN 2019
(Analisis Perspektif Psikologi Politik bagi Pendukung Paslon
Melalui Media Sosial *Facebook*)**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana S1 dalam Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Politik**

OLEH :

Inke Novalia

NIM. : 1537020038

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
2020**

NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING

Kepada Yth.

Bapak Dekan Fak. Ilmu Sosial dan

Ilmu Politik UIN Raden Fatah

di-

Palembang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah mengadakan bimbingan dengan sungguh-sungguh, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara Inke Novalia, NIM. 1537020038 yang berjudul Penggunaan Predikat Cebong Dan Kampret Dalam Persaingan Politik Menjelang Pemilihan Presiden 2019 (Analisis Perspektif Psikologi Politik Bagi Pendukung Paslon Melalui Media Sosial Facebook) sudah dapat dijadikan dalam sidang Munaqosah di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Palembang, 25 Februari 2020

Pembimbing I



Dr. Andi Candra Jaya, M.Hum
NIP. 197201192007011011

Pembimbing II



Mariatul Qibtiyah, MA.SI
NIDN. 2011049001

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nama : Inke Novalia
NIM : 1537020038
Program Studi : Ilmu Politik
Judul Skripsi : Penggunaan Predikat *Cebong* dan *Kampret* Dalam
Persaingan Politik Menjelang Pemilihan Presiden 2019
(Analisis Perspektif Psikologi Politik Bagi Pendukung
Paslon Melalui Media Sosial *facebook*).

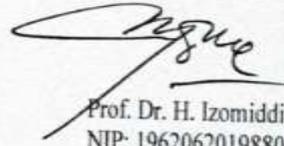
Telah dimunaqosahkan dalam sidang terbuka Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik UIN Raden Fatah Palembang pada:

Hari / Tanggal : Selasa / 25 Februari 2020
Tempat : Ruang Sidang Munaqosah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik UIN Raden Fatah Palembang

Dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Program Strata I (S1) pada Program Studi Ilmu Politik.

Palembang, 25 Februari 2020

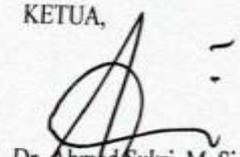
DEKAN,



Prof. Dr. H. Izomiddin, M.A
NIP: 196206201988031001

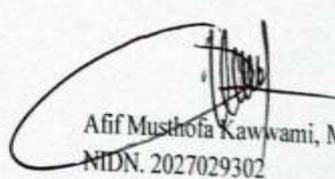
TIM PENGUJI

KETUA,



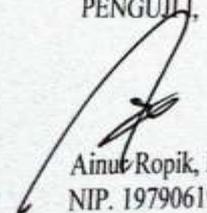
Dr. Ahmad Sukri, M. Si
NIP. 197705252005011024

SEKRETARIS,



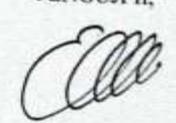
Afif Musthofa Kawwami, M. Sos
NIDN. 2027029302

PENGUJI I,



Ainur Ropik, M. Si
NIP. 197906192007101005

PENGUJI II,



Erik Darmawan, M. HI
NIP. 0217057402

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Inke Novalia
Tempat & Tanggal Lahir : Sekayu, 26 Desember 1997
NIM : 1537020038
Jurusan : Ilmu Politik
Judul Skripsi : Penggunaan Predikat *Cebong* dan *Kampret* Dalam Persaingan Politik Menjelang Pemilihan Presiden 2019 (Analisis Perspektif Psikologi Politik Bagi Pendukung Paslon Melalui Media Sosial *facebook*).

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa:

1. Seluruh data, informasi, interpretasi, pembahasan, dan kesimpulan yang disajikan dalam skripsi ini kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang telah ditetapkan.
2. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah maupun di Perguruan Tinggi lainnya.

Dengan pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidak benaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar akademik yang saya peroleh melalui pengajuan skripsi.

Palembang, 25 Februari 2020

Yang Membuat pernyataan



Inke Novalia

MOTO

Posting yang penting, bukan yang penting posting. sebarkan hal yang bermanfaat,
bukan hal yang mudarat.

SKRIPSI INI PERSEMBAHAN UNTUK

1. Kedua orang tuaku Mama Lindawati dan Bapak Wiyono tercinta telah memberikan dukungan, semangat, suntikan dana dan doa sehingga dapat menyelesaikan sarjana S1. Ini adalah bukti kesungguhanku dalam mencapai cita-cita.
2. Sahabat terbaikku Rizal, Okpin Darmawan, Purti Sera Pransiska, Milda raya Sari, Octi Lena Wati, dan Henti.
3. Teman-teman seperjuanganku di Prodi Ilmu Politik 2015.
4. Serta semua pihak yang telah membantu selama penyelesaian Skripsi ini.
5. Kampus biru yang telah memberikan banyak pengalaman sebagai bekal pengalaman. “Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang” Terkhusus bagi payung peneduh saat menadah ilmu “program Studi Ilmu Politik”.

ABSTRAK

Peneliti ini meneliti tentang Penggunaan Predikat Cebong dan kampret Dalam Persaingan Politik Mengejelang Pemilihan Presiden 2019 (Analisis Perspektif Psikologi Politik Bagi Pendukung Paslon Melalui Media Sosial *Facebook*). Demikian maraknya di media sosial *facebook*, salah satunya *cebong* dan *kampret* menjadi fenomena politik saat adanya pemilihan presiden 2019. Fenomena ini muncul karena terlalu fanatiknya pendukung dalam mendukung masing-masing calon presiden. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan ialah data primer berupa akun *facebook* dari para pendukung masing-masing dan sekunder berupa jurnal, artikel, berita, skripsi, *youtube* dan *facebook*. Data dianalisis melalui pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori dari Henri Tajfel mengenai identitas sosial yang merupakan bagian psikologi politik. Hasil penelitian ini menunjukkan dalam pemilihan presiden 2019 terdapat fenomena pendukung pasangan calon Presiden yang menjadi dua pendukung yaitu *cebong* dan *kampret* yang keduanya memiliki perilaku politik. Para pendukung mempunyai sifat emosi dan sikap perilaku yang saling menjelekan satu sama lain karena mereka membela masing-masing kedua pasangan calon yang mereka dukung. Sampai kedua pasangan calon terpilih sebagai presiden. Dalam analisis psikologi politik kedua pendukung ini dianalisis dengan menggunakan teori identitas sosial terbagi menjadi *in-group* dan *out-group* yang ditunjukkan melalui media sosial *facebook*. sehingga Penggunaan predikat *cebong* dan *kampret* pada saat pilpres 2019 sangat ramai di media sosial *facebook*, mereka saling mencaci maki dalam hal berkomentar dengan melontarkan kata-kata kasar, menghina, menyinggung, mencaci dan menyudutkan pasangan calon masing-masing.. Berharap kepada para pendukung untuk tidak saling menjelekan satu sama lain, karena itu hanya merugikan diri mereka sendiri, oleh karena itu pada saat nanti ada pemilihan presiden lagi di masa depan berharap para pendukung saling menghargai satu sama lain dan tidak terpecah belah hanya karena beda dalam memilih.

Kata Kunci : Perilaku Politik, Media Sosial.

ABSTRACT

This researcher examines the use of predatory tadpoles and shucks in political competition ahead of the 2019 presidential election (Perspective analysis of political psychology for supporters of paslon through Facebook social media). Such is the rise of Facebook social media, one of which is a tadpole and shucks being a political phenomenon during the 2019 presidential election. This phenomenon arises because of too fanatical supporters in supporting each presidential candidate. This study used descriptive qualitative method. Data sources used are primary data in the form of facebook accounts from their respective supporters and secondary in the form of journals, articles, news, theses, youtube and facebook. Data were analyzed through data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions. The theory used in this study is the theory of Henri Tajfel regarding social identity which is part of political psychology. The results of this study indicate that in the 2019 presidential election there are phenomena supporting the pair of candidates for President who are two supporters, namely tadpole and shucks who both have political behavior. Supporters have emotional qualities and behavioral attitudes that mutilate one another because they defend each of the two pairs of candidates they support. Until the two candidate pairs are elected as president. In the analysis of political psychology the two supporters were analyzed using social identity theory divided into in-groups and out-groups shown through social media Facebook. so that the use of the title of tadpole and shucks at the 2019 presidential election was very crowded on social media facebook, they were berating each other in terms of commenting by hurling harsh words, insulting, offending, berating and cornering their respective pairs of candidates .. Hoping to supporters to not to insult each other, because it is only detrimental to themselves, therefore at the time of the future presidential elections there are hopeful that supporters will respect one another and not be divided just because of differences in voting.

Keywords: Political Behavior, Social Media.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Nota Persetujuan Pembimbing.....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iii
Halaman Surat pernyataan.....	iv
Halaman Moto dan Persembahan.....	v
Abstrak.....	vi
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
1. Manfaat Teoritis.....	5
2. Kegunaan Praktis.....	5
E. Tinjauan Pustaka.....	6
F. Kerangka Teori.....	10
G. Metode Penelitian.....	15
1. Pendekatan / Metode Penelitian.....	15
2. Data dan Sumber Data.....	15
3. Teknik Pengumpulan Data.....	16
a. Pengamatan/ observasi.....	16
b. Dokumentasi.....	17
4. Teknik Analisa Data.....	17

a. Reduksi Data	17
b. Paparan Data	18
c. Penarikan kesimpulan	18
H. Sistematika Penulisan	18
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	20
A. Media Sosial <i>Facebook</i> dan Perkembangannya.....	20
1. Ruang Lingkup Media Sosial.....	20
2. Karakteristik Penggunaan Media Sosial	28
3. Perkembangan Media Sosial <i>Facebook</i> di Indonesia.....	30
4. Facebook Sebagai Media Politik.....	36
B. Pemilihan Presiden 2019.....	41
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	45
A. Munculnya Predikat <i>Cebong</i> dan <i>Kampret</i> di Media Sosial.....	45
B. Analisis Psikologi Politik Predikat <i>Cebong</i> dan <i>Kampret</i> Melalui <i>Facebook</i>	51
BAB IV PENUTUP	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	70
Daftar Pustaka	75
Daftar Lampiran	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	16
----------------	----

DAFTAR GAMBAR

Diagram 2.1. Pertumbuhan Pengguna Internet Tahun 2017	21
Diagram 2.2. Penetrasi Pengguna Internet tahun 2018	22
Diagram 2.3. Layanan Yang Diakses 2017.....	23
Diagram 2.4. Pengguna Internet Tahun 2018	24
Diagram 2.5. Pengguna Internet Tahun 2018	30
Gambar 3.6. Jokowi Melihat Cebong	48
Gambar 3.7. Salam Cebong	48
Gambar 3.8. Pidato Prabowo	49
Gambar 3.9. Akun <i>Facebook</i> Robby Pangestu	55
Gambar 3.10. Akun <i>Facebook</i> Isfan Achmad Fadhillah.....	56
Gambar 3.11. Akun <i>Facebook</i> Dedi Setiawan.....	57
Gambar 3.12. Akun <i>Facebook</i> Robby Pangestu	58
Gambar 3.13. Akun <i>Facebook</i> Fauzan Rhegara	59
Gambar 3.14. Akun <i>Facebook</i> Ipank Thok.....	60
Gambar 3.15. Akun <i>Facebook</i> Yiyin Tana	61
Gambar 3.16. Akun <i>Facebook</i> Ajidin Gampanglah.....	62
Gambar 3.17. Akun <i>Facebook</i> Barnas	63
Gambar 3.18. Beberapa Akun <i>Facebook</i>	64
Gambar 3.19. Beberapa Akun <i>Facebook</i>	65
Gambar 3.20. Akun <i>Facebook</i> Madaserui	67

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullah Wabarokatu

Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadiran Allah SWT, karena telah memberikan segala nikmat dan karunianya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi saya dengan judul “Penggunaan Predikat Cebong Dan Kampret Dalam Persaingan Politik Menjelang Pemilihan Presiden 2019 (Analisis Perspektif Psikologi Politik Bagi Pendukung Paslon Melalui Media Sosial *Facebook*). Sholawat serta salam dicurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, sebagai Uswatun Hasanah dalam meraih kesuksesan di dunia dan akhirat.

Skripsi ini dibuat sebagai persyaratan guna mendapatkan gelar sarjana pada program Studi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang. Penyelesaian skripsi ini tentu saja tidak terlepas dari bantuan, sorongan dan bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Sirozi, MA., Ph.D selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat menimba ilmu di UIN Raden Fatah Palembang;
2. Prof. Dr. H. Izomiddin, MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden fatah Palembang;
3. Dr. Yenrizal M. Si, selaku Wakil Dekan I Raden fatah Palembang;
4. Ainur Ropik, M.Si, selaku Wakil Dekan II Raden fatah Palembang;
5. Dr. Kun Budiaanto, M.Si, selaku Wakil Dekan III Raden fatah Palembang yang selaku Penasehat Akademik;
6. Dr. Ahmad Sukri, M. Si, selaku Ketua Prodi Ilmu Politik FISIP UIN Raden Palembang yang selaku memberikan dorongan dan nasihat bagi mahasiswa;

7. Dr. Andi Candra Jaya, M.Hum, sebagai pembimbing I yang banyak meluangkan waktu untuk memotivasi dan memberi saran arahan bagi penulis;
8. Mariatul Qibtiyah, MA.SI sebagai pembimbing II yang banyak meluangkan waktu untuk memotivasi dan memberi saran arahan bagi penulis;
9. Orang tua yang tidak pernah berhenti mendo'akan, memberi semangat, memberi suntikan dana, serta dukungan bagi penulis;
10. Sahabat-sahabat rizal, Milda, Sera, Nadia, Elis dan teman-teman dekat senantiasa meluangkan waktu untuk bertukar pikiran dan menyemangati.
11. Teman-teman dari Prodi Ilmu Politik 2 angkatan 2015 FISIP UIN Raden Fatah Palembang;
12. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu;

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian dan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun guna kesempurnaan penulisan skripsi ini. Penulis berharap agar penulisan skripsi dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya Aamiin.

Wassalamu'alaikum Warohmatullah Wabarokatuh

Palembang, 25 Februari 2020

penulis



Inke Novalia

NIM. 1537020038

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan suatu negara yang sistem pemerintahannya yaitu sistem presidensial dimana dalam menjalankan roda pemerintahannya ini menggunakan sistem pemerintahan presiden untuk mendapatkan kepala negaranya yang dipilih oleh rakyat. Suatu negara tidak dapat berdiri tanpa seorang pemimpin yang dapat melindungi seluruh rakyatnya dari masalah dan bahaya baik yang timbul dari dalam negara itu sendiri maupun masalah yang datang dari luar. Mengangkat seorang kepala negara yang akan mengolah negara, memimpinya, dan mengurus segala permasalahan negara sangat urgen dilakukan.

Pemilihan presiden dan wakil presiden (pilpres) yang semula dilakukan oleh MPR, berdasarkan amandemen ke 4 UUD 1945 pada 2002 telah disepakati untuk dilakukan secara langsung oleh rakyat dan dari rakyat sehingga pilpres pun dimasukkan ke dalam rangkaian pemilu. Pemilihan umum merupakan salah satu bagian dari proses sekaligus hasil dari sebuah sistem demokrasi.¹

Sejak proklamasi kemerdekaan 17 Agustus 1945 Indonesia telah menyelenggarakan pemilu sebanyak sebelas kali, yang dimulai pada tahun 1955. Di Indonesia sendiri Pemilu diadakan selama 5 tahun sekali, namun sebelum prosesnya sempat tidak seteratur sekarang. Pelaksanaan pemilu atau sistem perwakilan telah terlaksana pada zaman orde lama yang mana dilaksanakan di Yogyakarta dan Minahasa (Sulawesi Selatan).

¹Farahdiba Rahma Bachtiar, *Pemilu Indonesia: Kiblat Negara Demokrasi Dari Berbagai Representasi*, Jurnal Politik Profetik, Vol.3, No.1, Thn 2014, hal 7.

Semenjak era Soeharto atau lebih identik dengan rezim “Orde Baru,” Pemilu telah terlaksana secara berturut-turut pada tahun, 1971, 1977, 1982, 1987, 1992 dan 1997. Pemilu berikutnya seharusnya diadakan tahun 2002, namun karena kondisi politik, sosial dan krisis ekonomi yang berlarut saat itu maka pada tahun 1998 yang akhirnya meruntuhkan dominasi rejim Soeharto, maka Pemilu diadakan tahun 1999 dan Indonesia menjadi negara yang berhasil mengadakan pemilu paling demokratis sejak 30 tahun, Pemilu kemudian dilaksanakan pada tahun 2004 dan 2009, Pemilu terakhir diadakan pada tahun 2014.²

Pada pemilihan umum tahun 2014, pemilihan capres dan cawapres dimenangi oleh pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla dengan memperoleh suara terbesar 53.15%, mengalahkan pasangan Prabowo Subianto-Hatta Rajasa yang memperoleh suara sebesar 46.85% sesuai dengan keputusan KPU RI pada 22 juli 2014.³ Selanjutnya di pilpres 2019 Joko Widodo dan Prabowo Subianto kembali bersaing dalam pilpres dengan pasangan yang berbeda. Joko Widodo menggandeng mantan ketua Majelis Ulama Indonesia Ma'ruf Amin sebagai wakilnya sedangkan Prabowo Subianto menggandeng Sandiaga Uno wakil gubernur DKI Jakarta.

Sehingga pertarungan yang mempertemukan kembali dua rival lama inimenjadi sangat tajam karena pilpres 2019 ini merupakan kelanjutan pertarungan kedua kubu pada pilpres 2014 yang tampaknya masih belum selesai,

²Yuliani Widianingsih, *Demokrasi Dan Pemilu Di Indonesia: Suatu Tinjauan Dari Aspek Sejarah dan Sosiologi Politik*, Jurnal Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta, Tanpa tahun.

³<https://nasional.kompas.com/read/2014/07/22/20574751/Ini.Hasil.Resmi.Rekapitulasi.Suara.Pilpres.2014?page=all>. Diakses dari 19 September 2019.

kemudian munculnya kedua kubu yang berseberangan ini menciptakan fanatisme akut yang membelah masyarakat menjadi dua kubu pada pilpres 2014.

Berlanjutnya pertarungan sengit antara dua kubu di pilpres 2019 bisa dibayangkan lebih panas lagi sampai terbagi menjadi dua kubu dan nama sebutan kubu kubu tersebut sangatlah tidak etis dikarenakan nama tersebut seperti cebong dan kampret. Dari pendukung paslon Prabowo sendiri munculnya *hashtag* seperti *#2019gantipresiden*, sedangkan dari pendukung paslon Jokowi ada *hashtag* *#jokowi2periode*. Tingkat fanatik terhadap paslon berbanding lurus dengan semangat melawan jagoannya, seperti halnya pada pemilihan presiden di tahun 2019. Masyarakat mempunyai sebutan masing-masing yang menjadi ciri khas pendukung paslon Jokowi-Ma'ruf Amin dengan sebutan *cebong*, maupun pendukung Paslon Prabowo-Sandiaga Uno yang dikenal dengan sebutan *Kampret*.

Sejak tahun 2019 adu pendapat para pendukung pasangan pilpres yang bertarung meluber hingga ke media sosial. Penyematan sebutan menjadi semacam identitas sosial bagi para pendukung musuh dan kawan di media sosial, hingga identitas sosial itu sebagai penanda bagi para pendukung yang berlanjut sampai sekarang. Kaesang salah satu anak dari Jokowi membuat akun *youtube* “kolektor *kecebong*” dan di akhir video Kaesang mengatakan “Salam *Kecebong!*”. Saat ini, kata *kampret* telah mengalami perluasan makna yaitu julukan untuk siapa saja yang anti terhadap kebijakan oposisi bapaknya Kaesang.⁴

Sedangkan sebutan *Kampret* sendiri dalam artian Bahasa Jawa anak kelelawar. Pidato Prabowo sendiri, lebih dari sekali keluar kata mutiara itu dari

⁴<https://id.quora.com/Dari-mana-datangnya-istilah-cebong-dan-kampret-untuk-menggambarkan-massa-yang-secara-berlebihan-pro-dan-anti-pemerintahan-Jokowi>. Diakses dari 01 Desember 2018.

sang capres, akhirnya para pengikutnya disebut *kampret*, yang menyedihkan, nalar sehat kedua kubu seakan hilang begitu saja gara-gara lontaran-lontaran tak senonoh yang bermunculan saling serang dengan kata-kata nyinyir itu berlangsung pada Pilpres 2019.⁵

Pilpres 2019 mengundang banyak simpatisan yang tergolong mereka merupakan kategori dalam pendukung yang fanatik. Pendukung para paslon ini mereka memiliki identitas sosial sebagaimana didefinisikan oleh Henri Tajfel sendiri ialah identitas itu sebagai bagian dari identitas itu sendiri, sehingga identitas dari para pendukung paslon dalam hal ini ketika mereka menyebutkan sebagai *cebong* dan *kampret* itu bagian dari identitas mereka.⁶ Sehingga bisa mempengaruhi perilaku mereka kemudian dari fanatik tersebut dapat merubah pola pikir mereka sendiri negatif atau positif, bahkan menunjukkan kekesalan dan kebencian melalui media sosial. Bentuk ekspresi yang mereka tunjukkan berbagai macam seperti, status, *video*, *like* dan komen dari media sosial *facebook*.

Komentar yang diberikan pendukung paslon masing-masing melalui akun *facebook* yang menimbulkan suatu perilaku yang dibentuk dari persaingan politik saat ini. Dari pendukung paslon tersebut ada yang memberikan dukungan, membangga-banggakan palon dan ada juga yang menunjukkan kebencian menghina paslon yang mereka tidak suka. Dengan mereka komen di media sosial seperti akun *facebook* itu menunjukkan bahwa sikap atau perilaku yang positif atau negatif, komen yang mereka keluarkan itu suatu dukungan, kebencian dan membuat akun-akun *fake* sehingga menggiring opini masing-masing pendukung

⁵<https://geotimes.co.id/opini/kecebong-dan-kampret-label-label-buruk-dalam-pemilu/>
Diakses dari 01 Desember 2018.

⁶Hamdi, Muluk, *Pengantar Psikologi Politik*, (Jakarta: Rajawali Pers), 2012, hlm 80.

para paslon dan mempengaruhi pola pikir mereka sendiri karena terlalu fanatik dan sering mengomentari satu sama lain, Jadi mereka tidak bisa mengontrol perilaku mereka sendiri.

Fenomena antusias pendukung paslon menjelang pilpres 2019 khususnya di media sosial semakin menunjukkan persaingan politik yang memanas karena mereka sering menunjukkan dukungan dan kebencian melalui media sosial sehingga kepribadian manusia nya sudah tidak lagi sesuai dengan akal sehat dan itu yang mempengaruhi perilaku mereka. Sehingga itulah peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Penggunaan Predikat *Cebong* dan *Kampret* Dalam Persaingan Politik Menjelang Pemilihan Presiden 2019 (Analisis Perspektif Psikologi Politik Bagi Pendukung Paslon Melalui Media Sosial *Facebook*)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas bagaimanakah penggunaan predikat *cebong* dan *kampret* dalam persaingan politik menjelang pemilihan presiden 2019 dalam analisis perspektif psikologi politik bagi para pendukung paslon dari media sosial melalui media sosial *facebook*?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan predikat *cebong* dan *kampret* dalam persaingan politik menjelang pemilihan presiden 2019 dalam analisis perspektif psikologi politik bagi para pendukung paslon dari media sosial melalui media sosial *facebook*?

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi kajian ilmu politik. Diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan sumbangan kajian dalam bidang psikologi politik.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi masyarakat, serta meningkatkan pengetahuan, pemahaman, pengalaman dari media sosial.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka yang ada dalam penelitian dilakukan melalui penelusuran terhadap karya tulis orang lain isinya berkaitan dengan topik yang diteliti. Kemudian menghindari anggapan persamaan dengan peneliti ini maka dalam tinjauan pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu.

Pertama, Endah Sari Rahayu Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2007 Skripsi yang berjudul “*Ujaran Kebencian di Media Sosial (Studi Sikap Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan kalijaga angkatan 2012)*”.⁷ Metode penelitian ini berupa kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Data yang diperoleh adalah data primer dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner kepada responden. Peneliti ini memaparkan tentang *Ujaran Kebencian di Media Sosial*.

⁷Endah Sari Rahayu, (2017), *Ujaran Kebencian di Media Sosial (Studi Sikap Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan kalijaga*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, (10 September 2019), (pukul 09.30 wib).

Penelitian ini disimpulkan bahwa terdapat sikap cukup positif mahasiswa terhadap ujaran kebencian di media sosial, sikap mahasiswa merasa terganggu dengan adanya konten yang berisi ujaran kebencian di media sosial. Yang membedakan penelitian ini dengan penulis ialah metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Peneliti memilih subjek penelitian media sosial, sedangkan Endah Sari Rahayu menggunakan sebaran angket para responden.

Kedua, Jalu Aji Pamungkas UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2018 Skripsi berjudul “*Tindak Pidana Ujaran Kebencian di Media Sosial (Analisis Putusan PN Jakarta Selatan No.820/Pid.Sus/2017/PN Jkt-Sel)*”.⁸ Karena pada saat ini belum banyak masyarakat yang tahu mengenai bagaimana sanksi yang diterapkan untuk para pelaku tindak pidana ujaran kebencian di media sosial dan bagaimana pandangan dari hukum pidana Islam mengenai tindakan penghinaan (*hate speech*) ini. Metode pengumpulan data yang dimiliki peneliti sama-sama studi pustaka.

Adapun perbedaan penelitian ini terdapat pada subjek penelitian. Peneliti memilih subjek penelitian media sosial melalui *facebook* yang dilihat dari para pendukung pada pilpres 2019, sedangkan Jalu Aji Pamungkas dengan judul tindak pidana ujaran kebencian di media sosial memilih semua media sosial yaitu *twitter*, *instagram*, *facebok dll*.

Ketiga peneliti Tri Isniarti Putri Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2014 Skripsi berjudul “*Literasi Politik Jelang*

⁸Jalu Aji Pamungkas, (2018), *Tindak Pidana Ujaran Kebencian di Media Sosial (Analisis Putusan PN Jakarta Selatan No.820/Pid.Sus/2017/PN Jkt-Sel)*, Skripsi,UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, (10 September 2019), (pukul 10.28 wib).

Pemilihan Presiden (PILPRES) 2014 di Media Sosial Kompasiana".⁹ Dalam penelitian Tri Isniarti Putri mengatakan bahwa literasi politik di Kompasiana ada tiga yaitu pengetahuan yang diberikan Kompasiana terkait seputar politik melalui *online* dan *Offline* seperti LIPSUS dan Modis. kemudian biasanya Kompasianer menulis (*skill*) dari apa yang didapat dari kegiatan yang diberikan Kompasiana sikap politik Kompasianer yang secara umum sudah difasilitasi pihak Kompasiana pada kanal Kotak Suara 2014 seperti Pro Kontra dan polling.

Pesan-pesan liberasi politik dalam kanal Kotak Suara 2014 mengacu pada tipologi *nitizen* yaitu *disseminator* banyak melahirkan gagasan dan ideologi seputar pemilu seperti akun Hamzi Sronol. Adapun perbedaan penelitian ini teori yang diambil konvergensi simbolik yang di gagas Ernest Bormanm merupakan usaha untuk memunculkan kesadaran umum untuk menghasilkan motif, emosi dan perasaan bersama sedangkan teori peneliti adalah teori identitas sosial ialah konsep diri seseorang individu yang berasal dari pengetahuan tentang keanggotaan dalam sebuah kelompok. Persamaan penelitian ini dengan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.

Keempat, Nur Azizah Dewi Aniroh Universitas Bandar Lampung tahun 2015 Skripsi berjudul "Sikap Mahasiswa Terhadap Pesan Kebencian Dan Berita Palsu Di *Facebook* Terkait Kasus Basuki Tjahaya Purnama Yang Disebarkan Oleh Saracen (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Mahasiswa/I Strata 1 Fakultas

⁹Tri Isniarti Putri, (2014), *Literasi Politik Jelang Pemilihan Presiden (PILPRES) 2014 di Media Sosial Kompasianawo*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, (12 Februari 2019), (pukul 16.30 wib).

Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung Angkatan 2015).¹⁰ Dalam penelitian Nur Azizah Dewi Aniroh mengatakan bahwa pesan kebencian dan berita palsu yang diterima mahasiswa diproses dengan jalur perifer.

Meskipun terdapat signifikan antara pesan kebencian dan berita palsu dengan sikap terhadap pesan kebencian dan berita palsu, namun sikap yang terbentuk tersebut tidak kuat dan mudah berubah dengan berbagai faktor lainnya yang dapat mempengaruhi mahasiswa dalam melakukan pengambilan keputusan atau dalam bersikap. Metode penelitian ini kuantitatif dengan pendekatan deskriptif menggunakan angket sebagai instrumen pengumpulan data. Teknik pengambilan sampel menggunakan Total Sampling dengan sampel sebanyak 87 responden. Sedangkan penulis ialah metode penelitian kualitatif.

Kelima, Mike Putri Wulandewi Universitas Bandar Lampung tahun 2016 Skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan #2019gantipresiden di Media Sosial Terhadap Sikap Mahasiswa dalam Memilih Presiden Pada Pemilihan Presiden Tahun 2019 (Studi pada Mahasiswa S1 Angkatan 2016 Fisip Universitas Lampung)”.¹¹ Dalam penelitian Mike Putri Wulandewi mengatakan bahwa penggunaan #2019GantiPresiden di media sosial memiliki hubungan (tingkat korelasi) yang kuat yaitu sebesar 64,4% terhadap sikap mahasiswa dalam memilih presiden. Sedangkan uji R² menjelaskan bahwa variable bebas penggunaan

¹⁰ Nur Azizah Dewi Aniroh (2015), *Sikap Mahasiswa Terhadap Pesan Kebencian Dan Berita Palsu Di Facebook Terkait Kasus Basuki Tjahaya Purnama Yang Disebarkan Oleh Saracen (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Mahasiswa/I Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung Angkatan 2015)*, Skripsi, Skripsi, Universitas Bandar Lampung, (5 Maret 2020), (Pukul 0.48 wib).

¹¹ Mike Putri Wulandewi, (2016), *Pengaruh Penggunaan #2019gantipresiden di Media Sosial Terhadap Sikap Mahasiswa dalam Memilih Presiden Pada Pemilihan Presiden Tahun 2019 (Studi pada Mahasiswa S1 Angkatan 2016 Fisip Universitas Lampung)*, Skripsi, Universitas Bandar Lampung, (28 Februari 2020), (Pukul 13.30 wib).

#2019GantiPresiden di media sosial berpengaruh terhadap sikap mahasiswa dalam memilih presiden sebesar 41,47% sedangkan sisanya 58,53% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Adapun perbedaan metode penelitian ini terdapat pada objek penelitian. Peneliti memilih objek penelitian tentang penggunaan predikat *cebong* dan *kampret* dalam persaingan politik menjelang pemilihan presiden 2019 (analisis perspektif psikologi politik bagi pendukung paslon melalui media sosial *facebook*) dan kemudian menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan memakai metode deskriptif. Sedangkan Mike Putri Wulandewi dengan judul #2019GantiPresiden di Media Sosial Terhadap Sikap Mahasiswa dalam Memilih Presiden Pada Pemilihan Presiden Tahun 2019 (Studi pada Mahasiswa S1 Angkatan 2016 Fisip Universitas Lampung), kemudian menggunakan metode penelitian kuantitatif.

F. Kerangka Teori

Pemilihan presiden 2019 merupakan fenomena politik yang diikuti oleh dua paslon yaitu Joko Widodo-Ma'ruf Amin dan Prabowo-Sandiaga Uno, sehingga paslon ini memiliki kelompok pendukung yang fanatisme dan kemudian terjadi dua istilah untuk sebutan *cebong* pendukung paslon 01 dan *kampret* untuk sebutan pendukung paslon 02. Mereka menunjukkan perilaku politik sebagai dua pendukung melalui media sosial politik. Perilaku politik ini dalam perspektif psikologi politik. Politik dinilai sebagai bentuk identitas sosial.

Teori identitas sosial menurut Henri Tajfel merupakan bagian dari konsep diri seorang individu yang berasal dari pengetahuannya tentang keanggotaannya

dalam sebuah kelompok (kelompok-kelompok) sosial, bersama-sama dengan nilai dan signifikansi emosional yang melekat pada keanggotaan itu. Identitas sosial yang mengklasifikasikan orang lain ke dalam kelompok-kelompok, dan kita juga mengklasifikasikan diri kita sendiri ke dalam kelompok-kelompok. Kelompok-kelompok yang menjadi anggotanya disebut *in-group*, dan kelompok-kelompok yang tidak menjadi anggota disebut *out-group*.¹²

Konflik di antara kelompok-kelompok politik, tentu saja merupakan sebuah isu politik dalam psikologi politik. Konflik dan perilaku yang meninjau kelompok-kelompok sebagai kategori sosial dan bagian dari pengorganisasian kognitif yang umum tentang dunia sosial dan politik. Banyak hasil kerja psikologi sosial mengenai relasi-relasi antar kelompok telah berfokus pada konflik dan deskriminasi antar kelompok.

Suatu penelitian secara kuat memengaruhi perkembangan selanjutnya yang menggunakan pendekatan ini, dapat ditemukan dalam hasil kerja Henri Tajfel tentang konflik antar kelompok dibuat menonjol dan relevan. Dengan kata lain, kapanpun individu-individu mendapati diri mereka berada dalam suatu situasi yang didalamnya terdapat bukti jelas tentang kami dan mereka, mereka mungkin mengdeskriminasi *out group* (mereka) dan mendukung *in group* (kami).

Untuk menguji ide ini, Henri Tajfel mendesain serangkaian eksperimen berdasarkan paradigma kelompok minimal yang didalamnya individu-individu secara bebas, dalam, salah satu eksperimen tipikal, penempatan kedalam

¹²Hamdi Mulu, *Pengantar Psikologi Politik*, (Jakarta: Rajawali Pers), 2012, hlm 79.

kelompok berdasarkan pada apakah individu-individu cenderung meninggikan atau merendahkan jumlah serangkaian titik yang ditampilkan pada sebuah layar.¹³

Dengan demikian, individu-individu yang berpartisipasi dalam eksperimen tersebut ditempatkan ke dalam kelompok *overesti-mator* dan *understimato*, dianggap atas dasar kecenderungan estimasi mereka. Pada kenyataannya, penempatan ini secara murni bebas. Kecenderungan untuk membuat estimasi (*over* atau *under*) sama sekali tidak berkaitan dengan keakuratan.

Prosedur penempatan secara bebas ini terbukti penting dan diperlukan, untuk beberapa alasan pertama, prosedur tersebut memastikan bahwa tidak ada permusuhan yang sedang berlangsung diantara kelompok-kelompok ini. Sebelum kategorisasi, misalnya individu-individu tidak pernah memikirkan diri mereka sebagai anggota dari sebuah kelompok yang cenderung merendahkan, atau bahwa orang lainnya adalah anggota-anggota dari sebuah kelompok yang meninggikan.

Lebih lanjut tidak ada peluang bagi kelompok-kelompok ini untuk saling berinteraksi, sehingga menghilangkan segala kemungkinan bahwa anggota-anggota kelompok akan jadi menyukai *in-gruop* atau tidak menyukai *out-group*. Ketika prosedur semacam ini memastikan bahwa individu-individu tidak memiliki konflik-konflik kepentingan sama sekali tidak ada hal yang secara *inheren* dengan menjadi anggota sebuah kelompok yang menurutkan atau meninggikan.¹⁴

Jadi dapat dikatakan bahwa identitas sosial ialah perilaku individu yang didalamnya bisa disebut *in-groups* (kami) dan *out groups* (mereka), yang menimbulkan konflik antara individu dan kelompok sehingga adanya

¹³*Op.cit*, hlm 80.

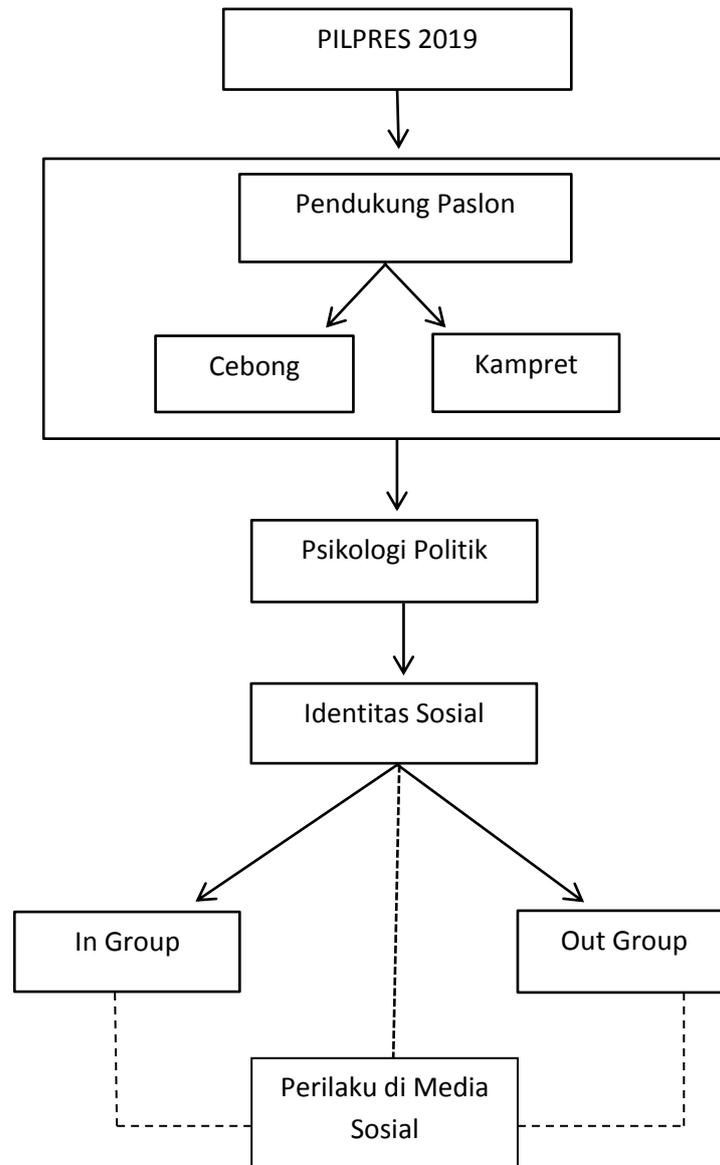
¹⁴*Op.cit*, hlm 82.

deskriminasi antarkelompok, dan ada alasan tertentu yang membuat terjadinya konflik dan deskriminasi seperti dendam pribadi, permusuhan yang sudah lama berlanjut dan adanya konflik kepentingan sehingga masing-masing pihak ada yang menurunkan dan sebaliknya ada yang meninggikan antar individu dan kelompok.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa *in-group* (kami) dan *out group* (mereka), merupakan sesuatu individu dan kelompok yang menimbulkan konflik dan deskriminasi antar kelompok yang kemudian berlanjut menjadi dendam pribadi dan salah satu dari mereka mempunyai kepentingan pribadi maka sama sama mempunyai tujuan yang sama, akan tetapi mereka disini juga saling menjatuhkan satu sama lain. Hal ini ditunjukkan melalui media sosial, karena media sosial ialah sebuah media online dengan penggunaanya bisa dengan mudah berkomunikasi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Dengan demikian tidak dapat dipungkiri bahwa masyarakat dengan cepat dan mudah mendapatkan informasi.¹⁵

Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran

¹⁵Anang Sugeng Cahyono, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia*, hlm 140.



(Sumber : Diolah oleh Peneliti)

Jadi dapat disimpulkan dari bagan diatas bahwa pada saat pemilihan presiden mempunyai pendukung paslon masing masing yang sebagian pendukung tersebut ada yang sangat fanatik sehingga itu merubah pola pikir mereka dan kemudian menjadi identitas sosial yang terbagi menjadi dua bagian yaitu in group

dan out group dan kemudian ditunjukkan melalui media sosial sehingga terbentuklah perilaku positif dan negatif dari pengguna media sosial.

G. Metode Penelitian

Adapun metodologi penelitian yang digunakan sebagai berikut :

1. Pendekatan / Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Dengan menggunakan penelitian deskriptif. pendekatan kualitatif yaitu menekankan pada proses dan makna yang tidak dikaji secara ketat atau belum diukur dan menekankan sifat realitas terbangun secara sosial hubungan erat antara peneliti dengan subjek yang dileliti.¹⁶

Pada konteks ini, yang diperoleh penulis tidak dalam bentuk angka, namun data yang diperoleh itu berupa gambar dan kata-kata yang ada dalam media sosial. Metode deskriptif kualitatif dalam penelitian ini digunakan untuk menggambarkan penggunaan predikat *cebong* dan *kampret* dalam persaingan politik menjelang pemilihan presiden 2019 (analisis pespektif psikologi politik bagi pendukung paslon melalui media sosial).

2. Data dan Sumber Data

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah akun *facebook* dari para pendukung pasangan calon 01 disebut *cebong* dan pasangan calon 02 disebut *kampret*.

¹⁶Hamid patilima, *Metode penelitian kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, cv), 2013, hlm 9.

Tabel 1.1

Cebong		Kampret	
1.	Robby Pangestu	1.	Isfan Ahmad Fadhillah
2.	Dedi Sutiadi	2.	Yiyin Tana
3.	Iphank Thonk	3.	Ifran Gampanglah
4.	Den Gusaeri	4.	Barnas
5.	Caissiopeia Jung Yunjae	5.	Achmad M
		6.	Dhana Wibama Al Darwisy
		7.	Umami Azzam Falah

Sedangkan sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah literatur artikel, jurnal, buku, dan lain-lain yang berkaitan dengan penggunaan predikat cebong dan kampret dalam persaingan politik menjelang pilpres 2019 (analisis perspektif psikologi politik bagi pendukung paslon melalui media sosial *facebook*).

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan peneliti ini adalah observasi dan dokumentasi berikut penjelasannya:

1) Pengamatan/ observasi

Pengamatan/ observasi merupakan pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra.¹⁷ Jadi observasi merupakan suatu penyelidikan yang dilakukan secara sistematis dan

¹⁷Suharsimi Arkunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta), 2002, hlm 133.

sengaja diadakan dengan menggunakan alat indra terutama mata terhadap kajian yang berlangsung dan dapat dianalisa.

Dalam hal ini, pengumpulan data terhadap penelitian ini dengan cara pengamatan/ observasi. Dengan melakukan pengamatan terhadap gambar serta status (tulisan) yang dapat dibuat dalam media sosial akun *facebook* dari para pendukung pasangan calon masing-masing, kemudian penelitian akan menganalisisnya.

2) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat. Dokumentasi dalam penelitian ini berupa kegiatan-kegiatan pada media sosial seperti, foto-foto, *screenshot* dan berita yang terkait dengan penggunaan predikat cebong dan kampret dalam persaingan politik menjelang pilpres 2019 (analisis perspektif psikologi politik bagi pendukung paslon melalui media sosial).

4. Teknik Analisa Data

Miles dan Huberman (1992) mengemukakan tiga tahapan yang harus dikerjakan dalam menganalisis data penelitian kualitatif, yaitu:¹⁸

- 1) Reduksi Data (*Data Reduction*) merupakan kegiatan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan mencari tema polanya. Dalam hal ini untuk menganalisis data terlebih dahulu peneliti memilih foto atau gambar pada media

¹⁸Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Pt Bumi Aksara), 2013, hlm 211.

sosial melalui akun *facebook* pendukung paslon cebong dan kampret.

- 2) Paparan Data (*Data Display*) merupakan data yang sudah direduksi maka langkah selanjutnya menyajikan data. Penyajian data digunakan untuk lebih meningkatkan pemahaman kasus dan sebagai acuan mengambil tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis sajian data. Bahwa setelah gambar atau foto yang telah dipilih dalam media sosial maka akan di analisis sesuai makna gambar yang ada.
- 3) Penarikan kesimpulan dan verifikasi (*Conclusion Drawing/ Verifying*) merupakan penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan analisis data. Dalam hal ini kita bisa mengetahui perilaku pendukung melalui media sosial melalui *facebook*.

H. Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan ini penelitian ini peneliti menggunakan sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan diuraikannya latar belakang yang mendasari penelitian, kemudian diidentifikasi masalah melalui rumusan masalah. Termasuk pula dijelaskan tujuan dan manfaat penelitian, lalu terdapat tinjauan pustaka dan kerangka teori sebagai acuan penelitian, serta metode penelitian yang menjelaskan pendekatan,

data dan jenis data, teknik pengumpulan data dan lokasi penelitian yang digunakan.

BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai dekripsi lokus penelitian.

Lokasi pada media sosial dengan berfokus pada media sosial *facebook* dan perkembangannya, karakteristik penggunaan media sosial, *facebook* sebagai media politik, dan pemilihan presiden 2019.

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan menguraikan hasil temuan serta menganalisis munculnya predikat *cebong* dan *kampret* di media sosial, dan analisis psikologi politik predikat *cebong* dan *kampret* melalui media sosial *facebook*.

BAB IV PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan penelitian.

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Media Sosial *Facebook* dan Perkembangannya

1. Ruang Lingkup Media Sosial

Pada dasarnya teknologi semakin berkembang terutama di Indonesia, karena hampir semuanya berhubungan dengan teknologi. Dengan adanya internet sesuatu hal bisa menjadi mudah, terutama komunikasi jadi mudah karena tidak harus bertemu secara langsung, penggunaan internet juga memudahkan untuk mengakses informasi. Media sosial merupakan salah satu aktivitas online favorit yang digunakan oleh publik hampir setiap hari. Hal ini dikarenakan media sosial ialah sebuah media online yang para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi.¹⁹

Laporan yang pernah dikeluarkan oleh *Global Web Index* pada tahun 2015 lalu mengenai trend terbaru berkenaan dengan jejaring sosial menemukan bahwa setiap empat menit yang dihabiskan seseorang di internet digunakan untuk mengakses jejaring sosial, seiring dengan peningkatan penggunaan internet di telepon genggam. Dimana jejaring sosial merupakan aktivitas yang paling banyak menghabiskan waktu pengguna internet di masa sekarang ini.²⁰ Menurut Diah Wardhani fungsi dari media sosial antara lain *to inform* (untuk menyebarluaskan

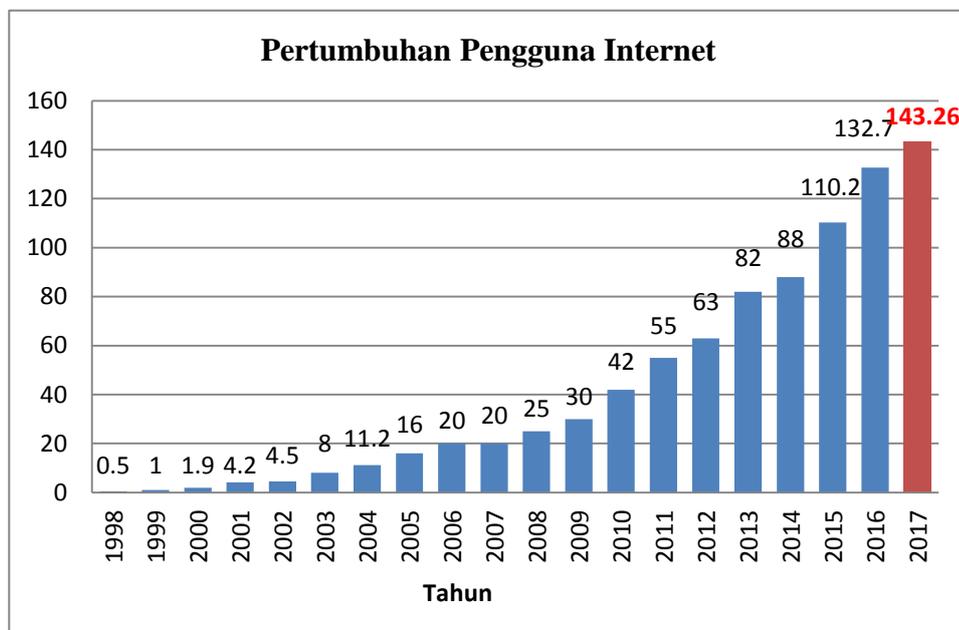
¹⁹Anang Sugeng Cahyono, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia*, hlm 140.

²⁰Rina Juwita, *Media Sosial Dan Perkembangan Komunikasi Korporat, (Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman Samarinda, Kalimantan)*, hlm 48.

informasi), *to educate* (untuk mendidik), *to entertain* (untuk menghibur), dan *to influence* (untuk mempengaruhi).²¹

Internet sendiri dari tahun ke tahun terjadi peningkatan pertumbuhan pengguna dengan sangat pesat pada tahun 2017 sebanyak 143,26%. Hal ini berdasarkan data terjadi peningkatan pertumbuhan internet di Indonesia dari tahun ke tahun. Dapat dilihat uraian dari bagan berikut:

Diagram 2.1. Pertumbuhan Pengguna Internet tahun 2017



Sumber : Diolah Oleh Peneliti Berdasarkan

APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) 2017

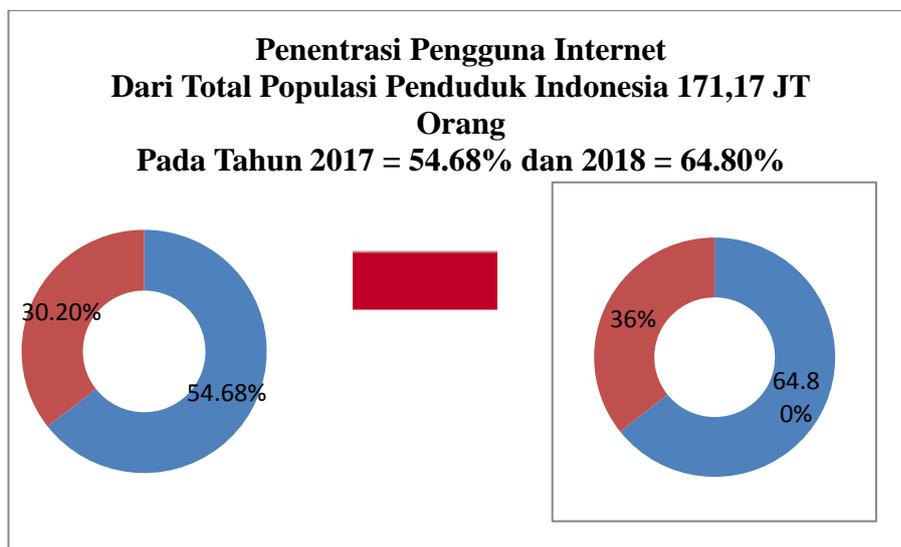
Berdasarkan diagram di atas pertumbuhan pengguna internet dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan, perbedaan dari tahun 2016 sebanyak 132,7%

²¹ Miki Putri Wulandewi, (2019), *Pengaruh Penggunaan #2019gantipresiden Di Media Sosial Terhadap Sikap Mahasiswa Dalam Memilih Presiden Pada Pemilihan Presiden Tahun 2019*, Skripsi, Universitas Lampung, (22 Januari), (Pukul 19.00 wib).

sedangkan di tahun 2017 meningkat menjadi 143,26%. Pada dasarnya internet yang memiliki atau mengeluarkan inovasi-inovasi terbaru yang sangat menarik perhatian penggunanya, dari tahun ke tahun fitur-fitur atau program yang dikeluarkan sangat bermanfaat bagi penggunanya sehingga pertumbuhan pengguna internet meningkat setiap tahunnya.

Di Indonesia sendiri penggunaan internet sudah sangat meluas. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa 64,8% masyarakat Indonesia telah menggunakan internet, Sehingga berdasarkan data terjadi peningkatan internet di Indonesia dari tahun-tahun yang dapat dilihat dalam bagan berikut :

Diagram 2.2. Penetrasi Pengguna Internet tahun 2018



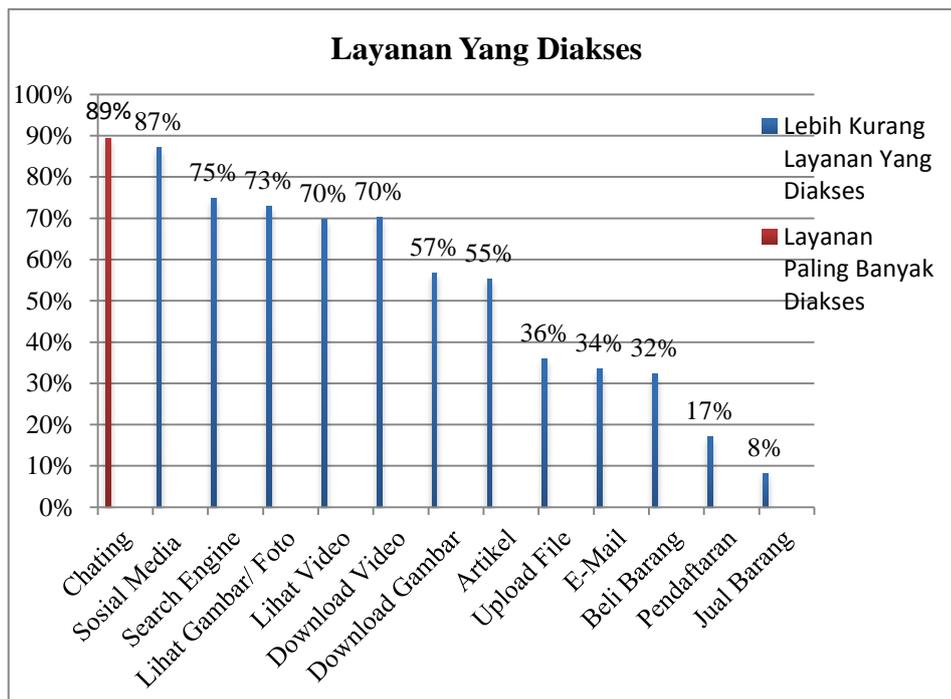
Sumber : Diolah Oleh Peneliti Berdasarkan

APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) 2018

Diagram diatas menunjukkan bahwa penetrasi pengguna internet di tahun 2017 mengalami peningkatan dimana sebanyak 171,17 juta orang dari total

penduduk Indonesia telah menggunakan internet. Hal ni menunjukkan bahwa terjadi peningkatan dari tahun 2017 yang hanya 54,68% juta orang penetrasi pengguna internet meningkat menjadi 64,8% juta orang.

Diagram 2.3. Layanan Yang Diakses 2017



Sumber : Diolah Oleh Peneliti Berdasarkan

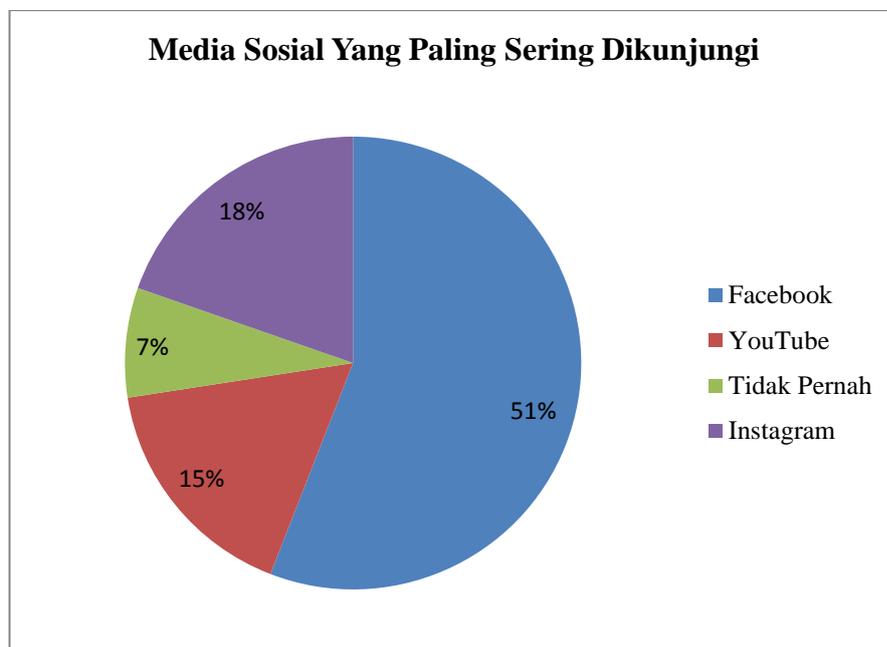
APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) 2017

Berdasarkan *survey* tahun 2017 yang juga di ambil data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) sebanyak 89% layanan yang paling banyak di akses adalah layanan *chatting* dimana media penyebaran informasi melalui situs jejaring sosial (*chattingan*) juga dapat memperluas jaringan pertemanan hingga ke seluruh dunia sebagai saran tempat bertukar informasi, disusul dengan pengaksesan terhadap sosial media, *search engine*,

lihat gambar/ foto, *download video*, *download gambar*, artikel, *upload file*, *e-mail*, beli barang, pendaftaran, jual barang.

Pengguna internet di Indonesia di dominasi oleh pengguna media sosial. Secara penggunaan di Indonesia media sosial *facebook* menempatkan urutan pertama disusul dengan *instagram*, dan *youtube*.

Diagram 2.4. Pengguna Internet Tahun 2018



Sumber : Diolah Oleh Peneliti Berdasarkan

APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) 2018

Berdasarkan diagram pengguna internet tahun 2018 di atas menunjukkan bahwa pengguna internet khususnya layanan media sosial, yang paling banyak dikunjungi oleh pengguna di Indonesia adalah *facebook* yakni sebesar 51%, media sosial *facebook* ini mulai *booming* pada tahun 2007. Berbeda dengan *instagram* yang mengunjungi sebanyak 18% dan *youtube* sebanyak 15% itupun baru

booming akhir-akhir ini. *Facebook* sendiri menjadi induk dari beberapa media sosial misalnya *instagram*, *whatsapp* dimana ketika login ke *instagram* dan *whatsapp* otomatis terhubung ke *facebook* dengan sendirinya, sehingga pengguna *facebook* sendiri mendapatkan *rating* lebih banyak dibandingkan pengguna aplikasi lainnya.

Penggunaan *facebook* menjadi candu tersendiri sehingga menimbulkan beranekaragam dampak dari media sosial, adapun dampak positif dari media sosial adalah untuk lebih dekat dengan keluarga lewat dunia maya, sebagai media penyebaran informasi melalui situs jejaring sosial, memperluas jaringan pertemanan kita bisa berkomunikasi dengan siapa saja bahkan dengan orang yang belum kita kenal sekalipun, sebagai sarana tempat keterampilan atau sosial pengguna dapat belajar beradaptasi, bersosialisasi dengan publik, situs jejaring sosial membuat anak menjadi lebih bersahabat dan berempati.

Media sebagai komunikasi pengguna internet dapat berkomunikasi dengan pengguna lain dari seluruh dunia, media bertukar data dengan menggunakan jejaring situs-situs website para pengguna internet di seluruh dunia dapat bertukar informasi dengan cepat, sebagai media promosi dalam bisnis memungkinkan para pengusaha mempromosikan produk atau jasanya tanpa mengeluarkan banyak biaya.²²

Sedangkan dampak negatif dari media sosial sendiri adalah susah bersosialisasi dengan orang sekitar dikarenakan pengguna sosial media menjadi malas belajar berkomunikasi secara nyata, situs media sosial akan membuat

²²<https://www.kompasiana.com/jonathanputeraperdana8420/5d4518aa0d82303a391ed523/dampak-media-sosial-terhadap-remaja>. Di akses pada tanggal 14 januari 2020.

seseorang lebih mementingkan diri sendiri tidak sadar akan lingkungan sekitar mereka, tertinggal dan terlupakan bahasa formal kerana media sosial sering menggunakan bahasa informal dalam kesehariannya, berkurangnya *privasi* pribadi dalam media sosial kita bebas menulis dan men *share* apa saja tanpa kita sadari *mempublish* hal tidak perlu disampaikan ke lingkup sosial, kejahatan dunia maya diantaranya *hacking*, pornografi dengan kemampuan penyampaian informasi yang dimiliki internet pornografi pun merajalela.²³

Media sosial tidak akan terlepas dari pengaruh positif dan negatif dampak tergantung dari penggunaannya sendiri. Media sosial memiliki dampak yang sangat besar bagi kehidupan di masyarakat salah satu yang paling sering di akses oleh masyarakat di Indonesia adalah data pengguna *facebook* sendiri di Indonesia sebanyak 50,7% mereka menggunakan *facebook*, maka media sosial karena banyak manfaatnya dalam kehidupan kita sehari-hari yang pertama ialah sebagai media silaturahmi dengan *facebook* seseorang dapat menjadi anggota dengan wajah yang terpampang di profil berupa nama lengkap, tanggal lahir, pekerjaan, *hobby* dan lain sebagainya.

Hal tersebut memudahkan seseorang untuk mencari teman, baik teman baru maupun teman lama. Dengan adanya *facebook* tidak harus menunggu setahun sekali atau beberapa bulan untuk melakukan reuni. Jika secara fisik memang ingin bertemu dan berkumpul, *facebook* pun bisa dijadikan sarana untuk menginformasikan berita tersebut, langsung kepada orangnya dan bisa dikonfirmasi apakah teman tersebut bisa datang atau tidak. Kedua, sebagai media

²³Ibid, hlm 54.

pembelajaran, beberapa fasilitas *facebook* yang bisa dijadikan media belajar yaitu:²⁴

1. Beranda merupakan tempat semua berita masuk, baik itu *upload* foto, *update* status, menerima kiriman, kabar dan lainnya.
2. *Profil* merupakan dinding atau *wol* berisi tentang informasi umum tentang diri seseorang.
3. *Stories* ialah menangkap foto dan video dalam durasi pendek lewat, foto dan video akan muncul selama 24 jam, dan setelahnya akan menghilang secara otomatis.
4. *Messages* merupakan *fitur* ini memungkinkan pengguna *facebook* untuk berkirim pesan ke pengguna lainnya.
5. *Group* ialah fasilitas ini untuk menjaring atau menentukan siapa saja yang berhak mengikuti, menerima, atau mengakses materi pelajaran.
6. *Events* adalah fasilitas ini dapat dimanfaatkan untuk mengingatkan member tentang kegiatan yang akan dilaksanakan dalam waktu dekat. Keuntungannya, *facebook* secara otomatis akan memberikan pemberitahuan/ notifikasi kepada member beberapa hari sebelum events tersebut dilaksanakan. *Events* bisa berupa ulang tahun teman, teman menandai kita dalam fotonya, teman kita mengomentari foto kita yang di *upload*, teman menyukai *video* yang kita upload dan lainnya.

²⁴Mujahidah, *Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Komunikasi*, *Jurnal Komunikasi dan Sosial Keagamaan*, Vol.xv, No. 1, Thn 2013, hlm 111.

7. *Chat* merupakan fasilitas ini memungkinkan pengguna facebook untuk mengirimkan pesan singkat kepada sesama pengguna yang sedang online pada waktu bersamaan. Fasilitas ini dapat dimanfaatkan oleh para pendukung pasangan calon untuk betukar informasi.
8. *Watch* merupakan beranda semua video yang pengguna simpan. Jika pengguna melihat video di *news feed*, tapi tidak memiliki waktu untuk langsung menontonnya, pengguna dapat menyimpannya untuk ditonton nanti di *Watch*. *Facebook* membangun sebuah pengalaman baru untuk menyaksikan *video* yang lebih mementingkan penonton. Dengan memberikan kemampuan memilih dan mencari konten pada *feed* mereka sesuai minatnya.

Ketiga, sebagai strategi marketing ampuh di internet, *facebook* dapat dijadikan lahan untuk berbisnis. Dengan *facebook* tinggal mengupload foto dan memberikan deskripsi tentang barang yang dijual. Semua foto tersimpan dalam folder foto, sangat rapi karena bisa dijadikan album untuk setiap kategori produk yang dijual.²⁵

2. Karakteristik Penggunaan Media Sosial

Pengguna internet memiliki beranekaragam karakteristik yang khas yang dapat di identifikasikan menjadi beberapa kategori berdasarkan usia, berdasarkan pekerjaan, berdasarkan jenis kelamin, berdasarkan pendidikan terakhir, dan berdasarkan level ekonomi. Karakteristik ialah sesuatu yang terkait dengan karakter dan gaya hidup seseorang serta nilai-nilai yang berkembang secara

²⁵Lucky Lukmanul Hakim. “*Pengaruh Facebook dalam Memperkuat Strategi Komunikasi Bisnis Perusahaan*”. Laporan Penelitian, (Bandung: Universitas Padjajaran, 2010), hlm 65.

teratur sehingga tingkah laku dapat lebih konsisten dan mudah untuk diperhatikan.²⁶

Pada awalnya karakteristik di media sosial itu bermacam-macam ada yang aneh, unik, lucu dan sebagainya, kemudian dalam media sosial banyak sekali tingkahlaku yang berbeda-beda seperti, yang ingin viral terus saling menjelekan satu sama lain, bahkan bisa membuat stress akibat media sosial, karena di media sosial ada bullying, yang bisa menyebabkan seseorang itu meninggal.

Sehingga hal tersebut ialah netizen yang sering orang bilang dalam media sosial, karena netizen mempunyai karakter yang berbeda contoh ada yang baik dan jahat, netizen pun ada di berbagai kalangan, seperti gosip atau yang berbau politik, mereka mempunyai rasa ingin tahu bahkan bisa saja lebih tahu apa yang dia ketahui terutama dalam media sosial seperti *facebook*, hal ini berdasarkan karakteristik yang di lihat mereka yang ada di *facebook* lebih condong saling membenci dan menjelekan, tetapi itu juga seimbang dengan hal baik seperti berteman melalu media sosial atau bisa lebih netral dalam hal apapun. Contohnya dalam hal politik mereka mulai saling membenci karena berbeda pendapat, terus ada yang saling mendukung karena mempunyai tujuan sama, bahkan ada yang netral. Jadi tingkah laku mereka bisa berdasarkan topik , karena bisa berubah-ubah.²⁷

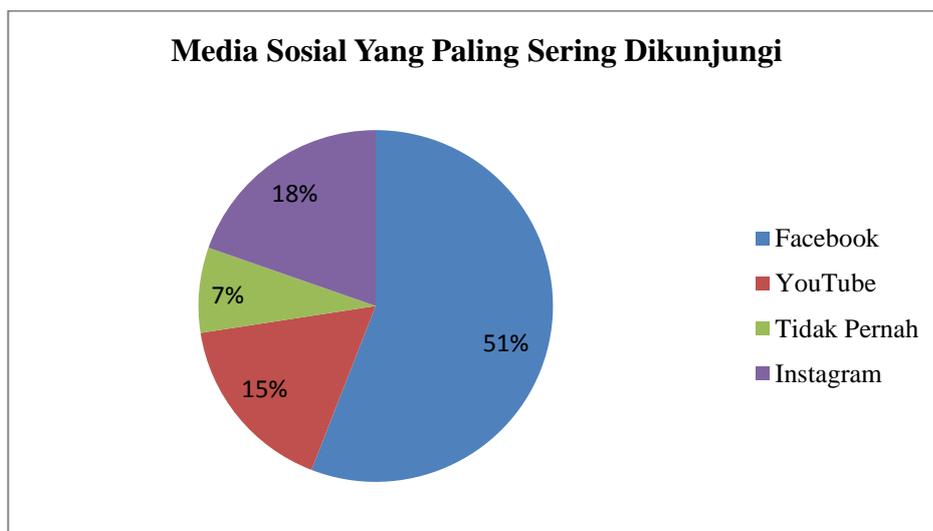
²⁶<https://www.artikelsiana.com/2019/07/karakteristik-adalah-pengertian-karakteristik-contohnya.html#>. di akses pada tanggal 7 januari 2019.

²⁷<https://www.seputarpengertian.co.id/2018/03/pengertian-media-sosial-karakteristik-fungsi-jenis-jenis-dampak.html>. Di akses pada 09 januari 2020.

3. Perkembangan Media Sosial Facebook di Indonesia

Di era digital saat ini hampir semua orang menggunakan media sosial, kehadirannya digunakan sebagai sumber informasi khalayak mengubah pola interaksi sosial atau interaksi individu. Banyak sekali jenis dari media sosial seperti *facebook*, *myspace*, *plurk*, *twitter* dan *instagram*, namun ternyata *facebook* yang menjadi suatu pilihan yang paling banyak di akses oleh masyarakat. *Facebook* merupakan website jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, sekolah, dan daerah untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan orang lain.²⁸

Diagram 2.5. Pengguna Internet tahun 2018



Sumber : Diolah Oleh Peneliti Berdasarkan

APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) 2018

²⁸Ade Ismail. *Tentang Facebook*. Diambil dari <http://www.tips-fb.com/2009/01/tentang-facebook.html>, Diakses dari 02 November 2019.

Berdasarkan diagram pengguna internet tahun 2018 di atas menunjukkan bahwa pengguna internet media sosial khususnya *facebook* yang banyak dikunjungi di Indonesia sebanyak 51% karena media sosial *facebook* dari dulunya sudah sangat *booming* pada tahun 2007. Berbeda dengan *instagram* yang mengunjungi sebanyak 18% dan *youtube* sebanyak 15% itupun baru *booming* akhir-akhir ini.

Para pengguna *facebook* dapat menambahkan profil dengan foto, kontak, ataupun informasi personal lainnya. *facebook* sudah menjadi sarana komunikasi favorit bagi seluruh orang di dunia termasuk Indonesia. *Facebook* sendiri merupakan media sosial yang memiliki pengguna paling tinggi dan lebih dari 50% penggunanya selalu mengunjungi aplikasi ini hampir setiap hari.²⁹

Pada umumnya, pengguna *facebook* mengunggah gambar-gambar dan membuat caption ke *facebook*, kemudian memberi caption mengenai yang di posting singkat gambar tersebut dan bisa juga men *tag* teman-teman kita. Hal ini memicu pengguna media sosial *facebook* sebagai salah satu alat untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat dan juga digunakan sebagai alat politik penyampai pesan dengan cepat kepada masyarakat. Kemudian hal ini memicu para pengguna beralih ke *facebook* khususnya di kalangan masyarakat muda/mahasiswa. Media sosial *facebook* dan *twitter* sangat *booming* dan banyak penggunanya, *facebook* populer sejak tahun 2004.

Akan digabung, berapa pengguna *WhatsApp*, *Facebook Messenger* dan *Instagram*. Mark Zuckerberg berencana menggabungkan tiga aplikasi layanan

²⁹*Ibid*, hlm 50.

pengirim pesan yang dimilikinya yakni *WhatsApp, Instagram dan Messenger*. Seperti yang dilansir New York Times, penggabungan ini akan tetap mendukung sistem enkripsi *end-to-end* yang diperlukan agar tidak dilihat oleh pihak ketiga. Proyek penggabungan ini diperkirakan akan selesai pada akhir 2019 atau awal 2020. *Facebook* ialah media sosial terpopuler 2018.³⁰

Facebook mampu menembus keseluruhan dunia tanpa mengenal siapa dan bagaimana orang yang akan berinteraksi dengan kita melalui situs ini. Kita bisa menemukan teman yang sudah puluhan tahun tidak pernah bertemu dan berkomunikasi, bahkan bisa mendapatkan teman yang tidak diketahui asal usul dan silsilahnya.³¹ *Facebook* kini bisa diakses tidak hanya melalui komputer, tetapi juga melalui telepon genggam yang memungkinkan kita bisa berkomunikasi kapanpun dan dimanapun sehingga tidak perlu mengunjungi warnet.

Bagi para remaja, *facebook* juga difungsikan sebagai ajang “narsis biar eksis”. Diantaranya dengan mengupload koleksi foto pribadinya yang biasanya tak jarang merupakan hasil editan. Bagi yang tak suka narsis dan eksis biasanya lebih suka menggunakan avatar atau gambar binatang lucu untuk foto profilnya. Fitur-fitur yang ditawarkan oleh *facebook* juga jauh lebih beragam seperti terdapat aplikasi games di dalamnya.

Secara sejarahnya *facebook* diluncurkan pertama kali pada tanggal 4 Februari 2004 oleh Mark Zuckerberg (23), seorang programmer komputer yang handal di Universitas Harvard. Pada awalnya, *Facebook* bernama “*The*

³⁰KataData.co.id. Diakses pada Tanggal 04 November 2019.

³¹Sarmiati. *Interaksi Sosial dan Gaya Komunikasi Melalui Facebook*, Jurnal Komunikata Kajian Budaya-Media, Vol.22, hl 1-19.

Facebook”, nama tersebut diambil dari nama lembaran dokumen yang dibagikan kepada setiap pelajar baru di Harvard yang menampilkan profil murid dan karyawan. Dalam waktu 24 jam sejak peluncurannya, 1.200 pelajar Harvard langsung bergabung. Satu bulan kemudian, lebih dari separuh pelajar di sana sudah mendaftarkan profilnya.³²

Bulan berikutnya, jaringan tersebut kemudian dengan cepat meluas ke sekolah lain di wilayah Boston (Boston College, Boston University, MIT, Tufts), Rochester, Stanford, NYU, Northwestern, dan semua sekolah yang termasuk dalam Ivy League. Dalam waktu kurang dari empat bulan, 30 kampus telah bergabung dalam jaringan tersebut. Juni 2004 *facebook* menyebar ke Stanford University di California. Pada Desember 2004 *facebook* telah memperoleh 1 juta pemakai aktif.³³

Pada 23 Agustus 2005 Zuckerberg membenahi situs *facebook* agar profil halamannya lebih bersahabat. 2 September 2005, Mark Zuckerberg meluncurkan situs *facebook* khusus untuk anak-anak sekolah menengah atas. Hanya dalam waktu 15 hari sejak peluncurannya, sebagian besar sekolah di AS sudah menjadi anggotanya.³⁴ Pada akhir tahun 2005, *facebook* telah mencakup sekitar 2.000 kampus dan 25.000 sekolah menengah atas di AS, Kanada, Inggris, Meksiko, Puerto Riko, Australia, Selandia Baru, dan Irlandia. Pada 27 Februari 2006, dia

³²Mujahidah, *Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Komunikasi*, *Jurnal Komunikasi dan Sosial Keagamaan*, Vol.xv, No. 1, Thn 2013, hlm 104.

³³Dian ayu gemilang, *Peran Facebook Sebagai Media Komunikasi Bisnis Online (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Facebook Sebagai Media Komunikasi Bisnis Online)*. Skripsi, (Surabaya: Universitas pembangunan nasional “veteran”: Tidak diterbitkan, 2011), hlm 18.

³⁴*Ibid*, hlm 20.

mulai mengizinkan para mahasiswa yang menjadi pengguna situs ini untuk menambahkan siswa-siswa SMA sebagai temannya.³⁵

Pada April 2006, *facebook* pun masuk ke India melalui Institut Teknologi India dan Institut Manajemen India. Pada Juli 2006, *facebook* memperkenalkan layanan baru yang bisa memberikan pendapatan tambahan bagi perusahaan. Dengan menggandeng raksasa komputer, *Apple Inc*, mereka bekerja sama mempromosikan *iTunes*. Setiap pekan, *iTunes* bakal mengirimkan 25 contoh lagu secara gratis kepada pengguna *facebook* yang menjadi anggota *Apple Student Group*.³⁶

Pertengahan 2006, situs ini sudah merambah Eropa dan Timur Tengah. *facebook notes* fitur baru ini merupakan fitur *blogging* yang memungkinkan pengguna memberikan tagging, memasukkan gambar, dan fitur-fitur lainnya. Selain itu, pengguna bisa mengimpor *blog* dari situs *Xanga*, *Live Journal*, *Blogger*, dan situs *blogging* lainnya. Berkat fitur baru tersebut, pembaca bisa memberikan komentar terhadap tulisan yang dimuat pengguna *facebook*. September 2006, Zuckerberg membuka layanan *facebook* bagi semua pengguna internet. Namun, langkah ini justru menuai protes dari para pengguna dan pelanggan setianya. Alhasil, dua minggu berselang *facebook* terpaksa membenahi layanan baru itu dengan membuka pendaftaran bagi pengguna internet yang mempunyai alamat surat atau e-mail yang jelas.³⁷

³⁵*Ibid*, hlm 21.

³⁶Disma M Taryum, *Manfaatkan Facebook Sebagai Media Diskusi*. Diambil dari www.jurnalbogor.com/?p=55399. Jurnal Bogor, 6 Oktober 2009. Diakses pada tanggal 25 Pebruari 2012.

³⁷*Ibid*, hlm 76.

Facebook market place diluncurkan pada 14 Mei 2007, situs ini meluncurkan layanan terbaru berupa pemasangan iklan dengan sistem yang disebut *facebook beacon*. Pada bulan November 2008 dapat menarik 200 juta pengunjung di seluruh dunia. Tahun 2009 mungkin akan menjadi tahun terbaik sepanjang sejarah *facebook*. Tahun ini situs media sosial itu mencatat pertumbuhan grafik hingga 200 persen. Seperti *VIVA news* kutip dari Mashable, 23 Oktober 2009, jika pada 2008, pengunjung *facebook* mencapai 40 juta setiap bulannya, tahun ini angka tersebut meroket hingga mendekati 125 juta pengunjung.³⁸

Di tahun keenamnya 2010, *facebook* tercatat sebagai situs jejaring sosial terbesar. Kini mereka punya 100 juta pengguna mobile. *Facebook* mobile didukung oleh seluruh produsen perangkat bergerak utama. Misalnya seperti Nokia, BlackBerry, Sony Ericsson, Palm, iPhone dan pada ponsel berbasis Android, Windows Mobile, Sidekick, INQ dan lain lain. Selain itu, *facebook* juga dimanfaatkan oleh seluruh operator telekomunikasi utama di berbagai penjuru dunia sebagai alat marketing. Menurut temuan baru-baru ini oleh peneliti pasar Morpace, AS pengguna *facebook* rata-rata tiga menit sekali dihabiskan untuk online.³⁹

Pengguna 18 sampai 34 tahun menghabiskan waktu untuk online rata-rata 8,5 jam dan pengguna 55 tahun keatas menghabiskan 4,6 jam per minggu di *facebook*. Penelitian ini juga dieksplorasi aktivitas *facebook* oleh etnisitas. Menuruthasil, Asia adalah pengguna *facebook* terbesar, karena menghabiskan

³⁸ Ibid hlm 81.

³⁹ Ibid hlm 87.

39,6% per minggu waktu internet mereka untuk *facebook*. Sedangkan Afrika Amerika sebagai pengguna terbesar kedua sebanyak 35,1% dan terakhir adalah *Hispanics* yang menghabiskan waktu paling sedikit di *facebook* sebesar 31,7%.⁴⁰

Karena kepopuleran *facebook* dan jumlah member yang terus melonjak, pada pertengahan 2004 *Friendster* mengajukan tawaran kepada Mark Zuckerberg untuk membeli situs *facebook* seharga 10 juta US Dollar, tetapi ditolak. Begitu juga dengan nasib penawaran lain seperti *Viacom* (750 juta US Dollar) dan *Yahoo* (1 Milyar US Dollar) semuanya ditolak. Mark Zuckerberg sepertinya dapat melihat masa depan *facebook* sehingga tak lama kemudian sokongan dana sebesar 12.7 juta US Dollar masuk dari *Accel Partners* disusul dengan para investor lainnya untuk mengalirkan dana dalam mengembangkan *facebook*.⁴¹

Facebook juga menciptakan suatu konten atau isi yang ingin disampaikan kepada orang lain, memberi komentar terhadap masukan yang diterimanya, semua dapat dilakukan dengan cepat dan tanpa batasan, dan juga menjadi trend baru dalam kehidupan sehari-hari, baik itu dalam bidang ekonomi, gaya hidup, bahkan politik.

4. Facebook Sebagai Media Politik

Media sosial merupakan bagian dari seluruh tubuh aktivitas yang terdiri dari komunikasi internet dan interaksi online. Ketika operasi didasarkan pada *content* yang berubah cepat menghubungkan dan berbagi, sebuah markas secara online bekerja menjadi perlu, yang membutuhkan penciptaan dan pemeliharaan

⁴⁰ Dian Ayu Gemilang. *Op.Cit.*

⁴¹ Salman, *Sejarah dan Perkembangan facebook*. Artikel diakses pada 04 November 2019 dari <https://www.facebook.com/fakunik.co.id/posts/sejarah-dan-perkembangan-facebookoleh-cerita-sejarah-pada-19-september-2010-puku/817773671673573/>. Diakses dari 04 November 2019.

website yang baik dan menarik. Pengunjung ke *website* yang berbeda harus dapat secara aktif mengikuti apa konten baru telah diterbitkan pada situs *website* tanpa benar-benar menggunakan situs. Pilihan Berbagi sering muncul sebagai tombol pada *website*, sehingga sangat mudah bagi pengguna untuk meneruskan konten situs tersebut. Banyak situs membawa *facebook* seperti tombol yang ketika diklik kemudian merekomendasikan situs ke *clickers* memiliki teman-teman.⁴²

Facebook merupakan media sosial yang di dalamnya dapat membentuk komunitas online di internet. Kebanyakan orang menganggap *facebook* sebagai dasar dari media sosial. Ide dasar dari *facebook* ialah menawarkan setiap pengguna terdaftar kesempatan untuk membuat profil pengguna dengan gambar dan untuk tetap berhubungan dengan apa yang disebut “teman” mereka, atau kontak mereka link ke di situs dengan demikian pengguna *facebook* lebih mudah untuk beradaptasi dengan itu. *Facebook* menawarkan untuk berhubungan dengan orang-orang yang alamat e-mail dan nomor telepon telah berubah atau menjadi usang. Tapi yang lebih penting fitur dari *facebook* ialah kesempatan untuk membuat jaringan. Aktivitas *facebook* didasarkan semata-mata pada masyarakat.

Berada di *facebook* tidak hanya terbatas pada informasi dalam sekelompok teman. Melalui kelompok, pengguna dapat membentuk jaringan baru. Postingan Seorang pengguna, dalam bentuk teks, gambar atau keduanya, dapat menerima umpan balik dari pengguna lain dalam bentuk “Like” tombol, dan pilihan untuk membuat komentar mereka sendiri. Mereka juga dapat meneruskan posting ke kontak *facebook* mereka sendiri “*contact using “Share “* pilihan. Salah satu fitur

⁴²Berliani Ardha, *Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 Di Indonesia*, Jurnal Visi Komunikasi, Vol. 13, No. 01, Thn 2014, hlm 5.

populer *facebook* mendukung adalah halaman komunitas untuk kepentingan bersama.

Banyak kandidat politik membuat sebuah halaman untuk diri mereka sendiri, dan ketika pengguna mengklik tombol “*Like*” tombol, pengguna yang menunjukkan bahwa mereka ingin menerima update setiap kali kandidat menambahkan sesuatu ke *facebook*. Jadi *facebook* sebagai media kampanye para pasangan calon presiden masing-masing, memperkenalkan nama organisasi atau meningkatkan citra organisasi, memperkenalkan tokoh bertujuan untuk menciptakan citra terhadap tokoh tertentu.⁴³

Di era yang serba cepat dan canggih seperti saat ini media sosial bukan lagi aneh dalam kehidupan saat ini, seiring perkembangan internet yang semakin maju maka peran media sosial sebagai salah satu sarana dan fungsi dari internet semakin besar. Di Indonesia pengguna media sosial di kalangan awam dimulai pada tahun 2010-2011, saat itu media sosial yang sedang *booming* ialah *facebook*. Orang-orang sebelumnya hanya bisa berinteraksi di internet melalui surat elektronik atau *email* dan *blog-blog* kecil yang saling berinteraksi antar penulis, sehingga memiliki keterbatasan dalam cakupan informasi.

Sesungguhnya situs jejaring sosial *facebook* sudah ada sejak tahun 2004 didirikan oleh seorang Mark Zuckerberg bersama beberapa rekannya di Amerika Serikat, namun pengguna *facebook* di Indonesia baru mewabah di tahun 2010-2011.⁴⁴ Seiring dengan perkembangan IT di Indonesia yang semakin maju oleh

⁴³Ibid, hlm 6.

⁴⁴Hendra Liem, <https://www.kompasiana.com/hendraliem/5837c7a75193736d05e2962f/media-sosial-serta-pengaruhnya-dalam-aspek-sosial-dan-politik-di-indonesia?page=all>, Diakses pada 13 November 2019.

karena itulah menjadi faktor pendorong yang sangat kuat akan mulai terjadinya revolusi dalam pola pikir masyarakat Indonesia yang nanti sangat berpengaruh dalam dinamika sosial dan politik Indonesia. Semakin meningkatnya pengguna media sosial di Indonesia tentunya mulai mempengaruhi berbagai bidang salah satunya bidang sosial dan politik. Salah satu yang dapat dijadikan contoh ialah media sosial terasa begitu berpengaruh saat ini ialah pada saat proses pemilihan presiden.

Pada saat pilpres 2019, masyarakat Indonesia sesuai dengan tahap perkembangan media sosial masih masuk dalam tahap awal sehingga media sosial saat itu dirasa masih kurang berpengaruh dalam menggiring opini publik untuk menentukan pilihan mereka kepada salah satu pasangan calon. Kemudian pada pilpres tahun 2014 menurut tahap perkembangan media sosial di Indonesia sudah tahu bagaimana berinteraksi, beropini, serta membuat group-group di dunia maya. Oleh karena itu, pilpres tahun 2014 mulai terasa berapi-api karena adanya pengaruh dari media sosial khususnya di *facebook*.

Karena di media sosial khususnya di *facebook* netizen atau *Internet Citizens* secara aktif ikut berkontribusi dalam group *facebook*, bebas untuk mengemukakan pendapat mereka secara personal, group ataupun sekedar membagikan tulisan artikel opini orang lain. Sampai berlanjutnya pilpres 2019 suasana persaingan pilpresnya sangat terasa.⁴⁵

Sementara dampak dari media sosial khususnya *facebook* di Indonesia ialah semakin banyaknya opini masyarakat, informasi yang ada di *facebook* dapat

⁴⁵*Ibid*, hlm 76.

tersebar sangat cepat hanya dalam hitungan menit bahkan detik. Tidak mengherankan jika sekarang segala bidang bisa lepas dari yang nama media sosial, masyarakat juga mampu berpikir kritis dan berwawasan luas sehingga peran serta masyarakat bisa terasa.

Kemudian dibuktikan dengan munculnya hashtag atau tagar (tanda #) di *facebook*, dimana hashtag tersebut berguna untuk mengidentifikasi opini seseorang dan mengumpulkan bersama opini-opini yang sependapat sebagai tanda bahwa beberapa orang memiliki kesamaan opini mengenai suatu hal seperti #2019gantipresiden, #jokowi2periode dan banyak lainnya. Contoh dari *hashtag* tersebut menjadi trending topik hal ini dapat menjadi indikasi semakin tingginya kepedulian masyarakat kepada pilpres serta meningkatkan kesadaran masyarakat berpartisipasi.⁴⁶

Kemudian kebiasaan buruk yang sering dilakukan oleh para pengguna *facebook* di Indonesia ialah penggunaan kata-kata kasar terkadang tidak sopan seperti umpatan-umpatan serta berbau rasis yang sangat berpotensi memecah belah bangsa Indonesia dengan segala kemajemukan. Contoh umpatan kasar yang di lontaran oleh pengguna *facebook* pendukung Prabowo menyebutkan Jokowi sebagai *cebong* dan pendukung Jokowi menyebut Prabowo sebagai *kampret*.

Disini dapat dilihat jika *facebook* bisa dikatakan akun perubahan dalam situasi sosial dan politik indonesia masa kini. Jadi dengan adanya media sosial khususnya *facebook* menjadi alat masyarakat untuk bebas beropini sesuai dengan prinsip demokrasi yang selama ini Negara kita pegang, selain itu dengan adanya

⁴⁶*Ibid*, hlm 80.

media sosial membuat masyarakat menjadi lebih terlibat atau ikut serta secara aktif dalam politik karena masyarakat bisa lebih mengenal latar belakang dari masing-masing pasangan calon, bisa mengawal jalannya pesta demokrasi serta bisa beraspirasi dan mengemukakan opini kepada publik baik dengan tujuan pribadi, tujuan kelompok atau karena pendukung tiap-tiap pasangan calon.

Semakin bertambahnya pengguna *facebook* di Indonesia merupakan salah satu peluang bagi partai politik di Indonesia menjadikan *facebook* sebagai media komunikasi politik bagi kepada khalayak khususnya kelompok pemilih potensial.⁴⁷ Media sosial dinilai sangat efektif sebagai media dalam berkampanye karena sifatnya tanpa batas, mudah diakses dimana saja, kapan saja, bisa menyebarluaskan suatu berita, ajakan bahkan isu guna menggiring opini publik, dan mengubah sikap para pembacanya pada pemilihan presiden tahun 2019.

Hadirnya media sosial menimbulkan dampak positif dan negatif tergantung penggunaannya itu sendiri, dalam konteks penelitian ini media sosial dapat dikatakan dalam konteks yang negatif karena menimbulkan sikap kefanatikan kepada para pasangan calon presiden masing-masing.

B. Pemilihan Presiden 2019

Pemilu adalah sebuah arena yang mewadahi kompetisi (kontestasi) antara aktor politik untuk meraih kekuasaan yang ingin dicapai, partisipasi politik rakyat untuk menentukan pilihan, liberalisasi hak-hak sipil dan politik warga negara.⁴⁸

Demokrasi juga menjelaskan bahwa pemilu ialah kesempatan bagi partai oposisi

⁴⁷Hendra Alfani, Peran *Facebook* Dalam Kampanye Politik Pemilu di Kabupaten Ogan Kemiring Ulu, *Jurnal Lugas*, Vol. 2, No. 1, Thn 2018, hlm 42.

⁴⁸Daud M. Liando, *Pemilu Dan Partisipasi Politik Masyarakat (Studi Pada Pemilihan Anggota Legislatif Dan Pemilihan Presiden Dan Calon Wakil Presiden Di Kabupaten Minahasa Tahun 2014)*, *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*, Vol. 3, No. 2, Thn 2016, hlm 16.

dan rakyat untuk menjalankan mekanisme *check and balances* terhadap partai yang berkuasa (*ruling party*).

Pemilihan Umum 2019 merupakan pemilihan legislatif dengan pemilihan presiden yang diadakan secara serentak. Untuk kali pertamanya dalam sejarah pemilu di Indonesia, akan digelar pemilu presiden dan pemilu legislatif serentak pada hari yang sama. Pemilu 2019 dikenal dengan sebutan “Pemilu Lima Kotak” karena pada saat yang sama dilakukan pemilihan presiden, pemilihan DPR-RI, DPR Provinsi, DPR Kabupaten/Kota dan pemilihan DPD. Hal ini dilakukan berdasarkan Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 14 / PUU-11/2013 tentang pemilu serentak, yang bertujuan untuk meminimalkan pembiayaan negara dalam pelaksanaan pemilu, meminimalisir politik biaya tinggi bagi peserta pemilu, serta politik uang yang melibatkan pemilih, penyalahgunaan kekuasaan atau mencegah politisasi birokrasi, dan merampingkan skema kerja pemerintah.

Pemilu serentak akan mempengaruhi komitmen penguatan partai politik dalam koalisi permanen untuk memperkuat basis kekuatan mereka di lembaga-lembaga negara yang tinggi sehingga dengan pemilu serentak diharapkan bisa memfasilitasi pembenahan Sistem Presidensial di Indonesia. Untuk mewujudkan pemilihan 2019 yang simultan, ada peluang dan tantangan yang salah satunya dapat dipelajari melalui perspektif politik, yang dalam penelitian ini dilakukan melalui kajian pustaka dan dokumentasi, dalam mewujudkan pemilihan umum 2019 antara pemilihan legislatif dan pemilihan presiden, ada beberapa hal yang menjadi peluang dan tantangan dalam perspektif politik, baik untuk partai politik, pemerintah, pemilih, dan penyelenggara pemilu.

Untuk itu, diperlukan upaya-upaya terkait bagaimana merancang pemilihan yang serentak dalam perspektif politik, yakni dengan mereformasi sistem perwakilan, sistem pemilihan, sistem kepartaian, dan dalam melaksanakan pemilihan umum serentak 2019 memiliki tujuan menciptakan pemerintahan yang efektif.⁴⁹ Pemilu serentak memberikan peluang bagi terciptanya sistem pemerintahan presidensial yang lebih kuat dan stabil. Hal ini karena koalisi yang dibentuk dalam mengukung pasangan calon Presiden dan wakil presiden dilakukan lebih awal dan didasarkan kepada visi misi yang sama, tidak semata-mata untuk memenangkan pemilihan.⁵⁰

Pemilu Presiden 2019 diikuti oleh dua pasangan calon presiden dan wakil presiden. Pemilu presiden 2019 menjadi istimewa karena diikuti oleh kandidat yang telah bertarung pada pemilu sebelumnya, juga dilaksanakan serentak dengan pemilu legislatif. Pasangan nomor urut 01, Joko Widodo dan Ma'ruf Amin dicalonkan oleh PDI Perjuangan, Golkar, PKB, PPP, Nasdem dan Hanura. kemudian, pasangan nomor urut 02, Prabowo Subianto dan Sandiaga Salahuddin Uno dicalonkan oleh Gerindra, PKS, PAN dan Demokrat.

Dua calon ini pernah bertarung pada pemilu presiden tahun 2014 lalu dengan selisih perolehan suara sebesar 6,3%. Saat itu, Joko Widodo mendapatkan suara sebesar 53,15%, dan Prabowo Subianto mendapatkan 46.85% suara. Dari 34 provinsi, pasangan Joko Widodo–M. Jusuf Kalla mengalami kekalahan di 10 provinsi yakni: Aceh, Sumatera Barat, Riau, Sumatera Selatan, Jawa Barat,

⁴⁹Ratnia Solihah, *Peluang dan Tantangan Pemilu Serentak 2019 dalam Perspektif Politik*, *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, Vol.3, No. 1, 2018, hlm 73.

⁵⁰*Ibid*, hlm 84.

Banten, Nusa Tenggara Barat, Kalimantan Selatan, Gorontalo, dan Maluku Utara.⁵¹

Jadi pemilu disini sangat banyak memakai jasa sosial media terkhusus *facebook* untuk berkampanye, memperkenalkan diri masing-masing, menjelaskan misi-misi mereka, masukkan iklan mereka, dengan demikian masyarakat dengan mudah mengenal pasangan calon masing-masing jadi masyarakat tidak salah pilih pemimpin.

Pemilihan Presiden 2019 menjadi ajang bagi calon pemimpin untuk menunjukkan potensi kepemimpinannya dan hal ini pun dilakukan dalam bentuk kampanye. Media sosial menjadi wadah dalam kampanye, karena orang-orang pada era sekarang lebih tertarik melihat kampanye di media sosial seperti *instagram*, *whats app* dan *facebook* yang paling banyak digunakan berkampanye media sosial adalah *facebook*. Mereka mempromosikan diri lewat media sosial *facebook*, agar para pengguna internet termasuk remaja lebih tertarik. Sekarangpun pengguna *facebook* banyak digunakan oleh orang tua jadi semakin besar peluang para calon pemimpin menggunakan media media sosial untuk berkampanye menarik simpati.

Oleh karena itu, peran media sosial dalam aktivitas politik bisa diukur dari keberhasilannya menumbuhkan keterlibatan politik warga. Minat masyarakat Indonesia terhadap penggunaan media sosial yang semakin tahun semakin meningkat, dilihat sebagai sebuah potensi atau peluang besar guna mendapatkan banyak dukungan hingga suara.

⁵¹Arya Fernandes, *Politik Identitas dalam Pemilu 2019: Proyeksi dan Efektivitas*, Csis Election Series No. 1, hlm 3.

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pembahasan ini peneliti akan menganalisis Penggunaan Predikat *Cebong* dan *Kampret* Dalam Persaingan Politik Menjelang Pemilihan Presiden 2019 (Analisis Perspektif Psikologi Politik Bagi Pendukung Paslon Melalui Media Sosial *Facebook*). Pada pembahasan ini akan membahas mengenai *facebook* dengan politik melalui akun *facebook*.

A. Munculnya Predikat *Cebong* dan *Kampret* di Media Sosial

Pemilihan umum merupakan perwujudan atas kedaulatan rakyat dan demokrasi untuk menentukan wakil-wakil rakyat yang akan duduk pada lembaga perwakilan rakyat dan juga memilih presiden dan wakil presiden termasuk memilih yang akan memimpin pemerintahan (eksekutif) setempat.⁵² Pemilihan umum juga salah satu usaha untuk mempengaruhi rakyat secara persuasif atau tidak memaksa dengan melakukan kegiatan retorika, *public relations*, komunikasi massa, lobi dan kegiatan lain.⁵³

Pemilihan umum 2019 suatu tonggak yang penting dalam transisi menuju demokrasi. Ia memberikan suatu kesempatan untuk menguji berbagai lembaga yang berbeda berfungsi dalam keadaan peralihan dan hak-hak asasi manusia yang bersifat fundamental dilindungi dan dijamin. Suatu ukuran kritis dari proses ini ialah apakah rakyat percaya bahwa mereka bebas untuk mempergunakan hak-hak

⁵²Muhamad Erwin, *Pendidikan Kewarganegaraan Republik Indonesia (edisi revisi)*, (Jakarta: PT Refika Aditama), 2013, hlm 141.

⁵³Abdul Hamid, Anas Shalahudin, Beni A. Saebani, *Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, (Bandung: CV Pustaka Setia), 2012, hlm 365.

politik mereka seperti untuk menyatakan pendapat, berkumpul, berserikat, dan bergerak sebagai bagian dari proses pemilu.⁵⁴

Adapun fungsi dari pemilu yaitu pertama, pemilu memberikan kesempatan kepada para pemilik negara modern untuk secara bergilir langsung mengendalikan negaranya sesuai tuntutan zaman. Kedua, pemilu memberikan kesempatan kepada rakyat untuk menunjuk orang-orang yang berkompetensi untuk menyampaikan aspirasi. Ketiga, pemilu menjamin pergantian penguasa secara tertib, aman dan damai serta kelanjutan kepemimpinan negara modern. Keempat, pemilu mencegah kesewenangan-wenangan, kekeliruan dan penyimpangan yang terjadi karena yang disengaja atau tidak disengaja.⁵⁵

Pada awal 2014 dua pasangan calon tersebut pernah ikut di pilpres 2014 dan Pada pilpres 2019 ini mereka ikut lagi mencalonkan diri. Sehingga mereka bersaing kembali di pilpres 2019, tidak hanya itu di pemilihan presiden ada juga pemilihan tentang legislatif, jadi untuk tahun 2019 menjadi pemilihan pertama yang digabung dengan pileg 2019, dari 16 partai politik semua mengajukan dalam pemilu serentak 2019, sehingga dalam pemilihan presiden hanya ada dua pasangan calon yang pertama Joko Widodo–Ma’ruf Amin, Prabowo Subianto Sandiaga Uno, merekalah peserta dalam pilpres 2019, dengan begitu masyarakat hanya ada dua pilihan di pemilu serentak 2019, dalam pemilihan tersebut juga istilah *cebong* dan *kampret* mulai mendominasi di liminasi di media sosial dan pemberitaan.

⁵⁴Satya Arinanto, Pemilihan Umum, *Demokrasi, dan Paradigma Baru Kehidupan Politik*, jurnal UMSIA No. 39, hlm 1.

⁵⁵Willy D.S, *Negara Hukum dalam Keadaan Pengecualian*, (Jakarta: Sinar Grafika), 2013, hlm 61.

Penyematan sebutan menjadi semacam identitas sosial bagi para pendukung musuh dan kawan di media sosial, hingga identitas sosial itu sebagai penanda bagi para pendukung yang berlanjut sampai sekarang. Kaesang salah satu anak dari Jokowi membuat akun youtube “kolektor *kecebong*” dan diakhir video Kaesang mengatakan “Salam *Kecebong*”. Saat ini, kata *kampret* telah mengalami perluasan makna yaitu julukan untuk siapa saja yang anti terhadap kebijakan orang tua Kaesang.⁵⁶

Sedangkan sebutan *Kampret* sendiri dalam artian Bahasa Jawa anak kelelawar. Pidato Prabowo sendiri, lebih dari sekali keluar kata mutiara itu dari sang capres, akhirnya para pengikutnya disebut *kampret*. Pada tahun 2014 partai pendukung Prabowo menamai diri mereka sebagai koalisi merah putih atau disingkat KMP, singkatan KMP kemudian diplesetkan menjadi *Kampret* untuk menyebut para pendukung Prabowo, yang menyedihkan, nalar sehat kedua kubu seakan hilang begitu saja gara-gara lontaran-lontaran tak senonoh yang bermunculan saling serang dengan kata-kata nyinyir itu berlangsung pada Pilpres 2019.⁵⁷

⁵⁶<https://id.quora.com/Dari-mana-datangnya-istilah-kecebong-dan-kampret-untuk-menggambarkan-massa-yang-secara-berlebihan-pro-dan-anti-pemerintahan-Jokowi>. Diakses dari 01 Desember 2018.

⁵⁷<https://geotimes.co.id/opini/kecebong-dan-kampret-label-label-buruk-dalam-pemilu/> Diakses dari 01 Desember 2018.

Dapat dilihat dari gambar dibawah saat Jokowi melihat *kecebong* peliharaannya.

Gambar 3.6



Sumber : Tribunnews.

Gambar dibawah anak Jokowi bernama Kaesang menyebut salam *kecebong*.

Gambar 3.7



Sumber: Youtube

Kemudian gambar dibawah ini saat Prabowo berpidato dia melontarkan kalimat kampret,

Gambar 3.8



Sumber : Youtube

Cebong dan *kampret* sendiri viral karena adanya media sosial, mereka menjadikan media sosial sebagai jati diri. Kehadiran media sosial bagi para pendukung masing-masing yang digunakan sebagai sumber informasi khalayak tersebut telah mengubah pola interaksi sosial atau interaksi individual. Media sosial juga membentuk perilaku (budaya) baru dikalangan penggunanya. Ujaran kebencian yang menyebar dalam aktivitas di media sosial muncul karena *eforia* kebebasan menyampaikan pendapat dalam suatu negara yang demokratis. Ujaran kebencian tersebut efektif digunakan sebagai kampanye negatif pada saat pemilihan umum.

Di media sosial telah membentuk dua polarisasi *netizen*. Polarisasi dapat diidentifikasi sebagai kelompok konservatif dan kelompok liberal, kedua kelompok ini aktif memproduksi wacana, opini, informasi, isu dan *rumors* melalui

media sosial. Berbagai konten yang mengandung ujaran kebencian dengan karakteristik media sosial yang dinamis menjadi perbincangan terbatas pada jenis media sosial seperti *group facebook* dan *group whatsapp*. Karena bersifat terbatas, percakapan yang mengandung ujaran kebencian mengabaikan etika, moral dan *attitude* di media sosial terbuka seperti *facebook*. Sehingga moral, etika, dan *attitude* dapat mempengaruhi perbincangan media sosial atau group tertutup.

Menurut Simangunsong keberadaan media sosial seharusnya dipergunakan untuk memperkuat hubungan atau mencari hubungan dengan orang lain. Namun, aktivitas individu di media sosial cenderung seenaknya dalam mengeluarkan pernyataan. Beberapa *netizen* di media sosial bahkan saling menyerang, melecehkan, atau mencederai identitas yang sudah dimiliki oleh individu lain. Hal ini menunjukkan kelemahan individu dalam literasi media sosial itu sendiri.⁵⁸

Besarnya jumlah pengguna media sosial dan iklim demokrasi yang memberikan kebebasan berpendapat di Indonesia menjadikan aktivitas di media sosial menjadi tinggi, cepat, dan seketika. Tinggi dan besarnya aktivitas di media sosial tidak jarang memicu ketegangan antara pengguna media sosial seperti *facebook*. Tingginya aktivitas dalam media sosial dapat berdampak pada pergerakan sosial dan perubahan politik di Indonesia.

Menjelang pemilu 2019 ada fenomena sangat mencolok yang diperlihatkan oleh pendukung calon presiden, fenomena tersebut ialah sikap dari para pendukung calon presiden yang menampakkan sikap fanatik terhadap

⁵⁸Iswandi Syahputra, *Demokrasi Virtual Dan Perang Siber Di Media Sosial: Perspektif Netizen Indonesia*, Jurnal 458 Jurnal ASPIKOM, Vol. 3, No. 3, Thn 2017, hlm 458.

dukungan mereka. Sikap fanatik yang dilakukan oleh para pendukung dari masing-masing calon presiden menunjukkan sikap yang tidak wajar lagi, hampir setiap postingan ditemui sikap fanatik para pendukung pasangan presiden dalam menunjukkan dukungan mereka di *facebook*, hanya berbeda pandangan atau pilihan politik tidak jarang para pendukung berdebat membela pilihan masing-masing secara berlebihan. Mereka tidak mau mendengar atau mencerna berita secara jernih tentang apa yang terjadi. Tidak jarang mereka lakukan tanpa sadar menyebar ujaran kebencian, berita *hoax*, hinaan, fitnah, dan bahkan menyerang pribadi calon presiden ataupun yang bersangkutan. Fanatisme para pendukung itu sendiri terjadi di media sosial menjelang Pemilu 2019 tidak lagi memperhatikan etika, moral dalam menunjukkan dukungan mereka kepada calon presiden yang mereka dukung.

B. Analisis Psikologi Politik Predikat *Cebong* dan *Kampret* Melalui *Facebook*

Kelompok-kelompok yang menjadi anggotanya disebut *in-group*, dan kelompok-kelompok yang tidak menjadi anggotanya disebut *out-group*. Konflik di antara kelompok-kelompok politik, tentu saja merupakan sebuah isu pokok dalam politik. Kelompok memiliki peran menonjol dalam politik. kelompok kecil sering kali diberikan tanggung jawab untuk membuat keputusan politik yang penting, menciptakan kebijakan politik, dan secara umum menjelaskan bisnis politik. Kelompok yang besar seperti Senat, juga memiliki tempat khusus dalam politik dan bertanggung jawab atas keputusan dan tugas berskala besar seperti mengesahkan legislasi. Yang terakhir, kelompok besar, seperti negara bagian atau

negara, memiliki dinamika sendiri terutama menyangkut bagaimana cara mereka memandang satu sama lain dan bagaimana cara mereka bergaul karena begitu banyak perilaku politik dijalankan oleh kelompok-kelompok.⁵⁹

Ditemukan dalam Henri Tajfel tentang konflik antar kelompok, yang didalamnya penulis tersebut berspekulasi bahwa suatu mengenai keanggotaan kelompok saja mungkin menstimulasi konflik dengan kelompok relevan lainnya. Ia mengendalikannya bahwa individu-individu mungkin bertindak dalam cara yang diskriminatif kapan pun mereka berada dalam suatu situasi yang kategorisasi antar kelompok dibuat menonjol dan relevan. Dengan kata lain, kapan pun individu-individu mendapati diri mereka berada dalam suatu situasi yang di dalamnya terdapat bukti jelas tentang *kami* dan *mereka*, mereka mungkin mendiskriminasi *out-group* (mereka) dan mendukung *in-group* (kami).⁶⁰

Identitas sosial merupakan atribut yang dimiliki oleh seorang individu dimana individu tersebut bagian dari suatu kelompok sosial, atribut tersebut kemudian digunakan untuk memperkenalkan adanya kelompok sosialnya dan membedakan kelompok sosialnya dengan kelompok sosial lain. Sesama anggota dalam suatu kelompok sosial memiliki rasa kedekatan dan beberapa ciri atau karakteristik yang berbeda dengan kelompok sosial lain. Kedekatan yang dibangun dalam kelompok ini tidak hanya dalam bentuk kedekatan fisik misalnya intensitas dalam pertemuan, namun juga kedekatan psikologis dimana sesama anggota dalam suatu kelompok memiliki tujuan dan pemikiran yang sama.

⁵⁹Hamdi, Muluk, *Pengantar Psikologi Politik*, (Jakarta: Rajawali Pers), 2012, hlm 107.

⁶⁰*Ibid*, hlm 78.

Dari menurut para ahli Michael A. Hogg mengatakan bahwa “kesadaran diri yang fokus utamanya secara khusus lebih diberikan pada hubungan antar kelompok, atau hubungan antar individu anggota kelompok kecil. Identitas sosial terbentuk oleh internal kelompok dan eksternal. Identitas dibangun berdasarkan asumsi yang ada pada kelompok, biasanya kelompok sosial membangun identitasnya secara positif. Pembentukan identitas sosial dilakukan untuk kategorisasi antara siapa saya dan mereka. Dengan demikian maka muncullah kontestasi kelompok untuk membandingkan aspek posisi kelompok dengan lain. Aspek positif ini adalah prototype dari internet kelompok”.⁶¹

Dalam anggota *in-group* ditandai dengan kerjasama, persahabatan, keteraturan dan peradain sedangkan dalam *out-group* ditandai dengan sikap ketidakpedulian, kebencian, permusuhan dan sikap saling membenci. Kelompok sosial terbentuk atas dasar perasaan individu terhadap kelompok itu. Menurut W.G. Sumner kelompok sosial dibedakan menjadi dua yaitu: *In group* dan *Out group*.⁶²

- a. *In-group* (kelompok dalam) merupakan kelompok sosial di mana di antara anggota-anggotanya saling simpati dan mempunyai perasaan dekat satu dengan lainnya. Kelompok sosial merupakan tempat di mana individu mengidentifikasikan dirinya sebagai kami atau kamu, kita atau mereka. *In-group* ialah kelompok sosial dimana seorang individu mengidentifikasikan dirinya sebagai “kita” atau “kami”.
- b. *Out-group* (kelompok luar) ialah kelompok yang berada di luar suatu kelompok yang ditandai oleh adanya antagonisme, prasangka atau antipati. Misalnya orang-orang kulit hitam di lingkungan orang-orang kulit putih. Sedangkan *out-group* merupakan kelompok sosial di luar

⁶¹http://etheses.uin-malang.ac.id/2620/5/09410051_Bab_2.pdf, diakses tanggal 03 febuari 2020.

⁶²samhis setiawan, In Group Dan Out Group Beserta Penjelasannya, artikel diakses 01 januari 2020 dari <https://www.gurupendidikan.co.id/in-group-dan-out-group/>

in-group, atau di luar kita, di luar kami. Kelompok di luar itu adalah mereka.

In group dan *out group* dapat dijumpai disemua masyarakat, meskipun kepentingan-kepentingan tidak selalu sama. Dalam masyarakat-masyarakat yang bersahaja mungkin jumlahnya tidak begitu banyak bila dibandingkan dengan masyarakat-masyarakat yang sudah kompleks, walaupun dalam masyarakat-masyarakat yang sederhana tersebut perbedaan-perbedaannya tidak begitu tampak dengan jelas. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa setiap kelompok sosial merupakan *in group* bagi anggotanya, konsep tersebut dapat diterapkan terhadap kelompok-kelompok sosial yang relatif kecil sampai yang terbesar, selama para anggotanya mengadakan identifikasi dengan kelompoknya. interaksi sosial, yaitu Interaksi dengan sesama anggota *in-group* yang bersifat kerja sama, simpati, kedekatan. Sedangkan interaksi antara anggota kelompok *in-group* dan *out-group* yang diwarnai oleh pertentangan atau antipati. penggiringan opini ditunjukkan dalam beberapa akun *facebook* sebagai berikut:

Beberapa akun yang pro terhadap Jokowi

Gambar 3.9



Sumber : Akun Facebook Robby Pangestu

Dari foto tersebut peneliti menganalisis berdasarkan Teori Identitas Sosial oleh Henri Tajfel akun Robby Pangestu ini memberikan suara melalui *facebook* dengan melontarkan kata-kata kasar dan emosional kepada Calon Presiden Pemilihan Umum Tahun 2019 Nomor Urut 01 Joko Widodo.

Postingan tersebut menurut Teori Identitas mengidentifikasi dirinya sebagai orang yang pro terhadap Program yang dirancangan oleh Pasangan Calon (Paslon) Presiden Nomor Urut 01. Hal tersebut terlihat ketika dia menanggapi sebuah postingan dari seseorang yang kontra terhadap program Capres 01 tersebut.

Pistiwa tersebut sesuai dengan Teori Identifikasi Sosial bahwa Psikologi Politik dari perilaku sehari-hari seperti melontarkan kata-kata kasar dapat menimbulkan konflik, postingan Robby Pangestu tersebut sebagai tanggapan sebuah postingan yang peneliti identifikasikan sebagai Kontra Paslon Capres 01, dia dianggap sebagai *Underestimate* karena dengan lantang mengatakan hal-hal merendahkan capres 01 seperti, “menipu orang-orang” yang disebabkan program capres tersebut. Dengan begitu mereka termasuk *out-groups*

Gambar 3.10



Sumber: Akun facebook

Dari foto tersebut peneliti menganalisis berdasarkan Teori Identitas Sosial oleh Henri Tajfel akun Robby Pangestu ini memberikan suara melalui *facebook*, berbagai komentar dari cebong dan kampret saling menyerang satu sama lain melontarkan kata yang pro kontra karena mereka saling membanggakan kedua paslon yang mereka pilih. Sehingga

dalam analisis psikologi politik mereka mempunyai perilaku yang jelek di media sosial, sedangkan dalam kehidupan sehari-hari bisa berubah, karena hanya sebatas pilpres. Untuk gambar diatas menjelaskan bahwa mereka termasuk *out-groups*

Gambar 3.11



Sumber : Akun facebook

Dari postingan komentar diatas peneliti menganalisis bahwa Dedi Setiadi lebih memihak kepada paslon nomor urut 01 dimana terlihat jelas bentuk dukungannya yang menyatakan "Jkw 5 periode!!!". Dan Machroni Wanacala lebih menyarankan untuk menghapus postingan tersebut. Mereka juga termasuk dalam *in-groups*.

Gambar 3.12



Sumber : Akun Robby Pangestu

Selain itu terdapat postingan Robby Pangestu yang membandingkan Pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) dengan Pemerintahan Capres petahana Joko Widodo bahwa Capres petahana lebih unggul dibanding pemerintahan terlebih dahulu, dilihat dari penurunan jumlah harga BBM dan Semen.

Hal tersebut juga menimbulkan konflik dari berbagai individu-individu lain dengan psikologi politik yang dibawahnya, banyak sekali yang berkomentar atas postingan tersebut antara individu yang pro Jokowi Dodo dan Kontra Paslon Capres Cawapres 01 ini. Ini pun juga termasuk dalam *out-groups*.

Gambar 3.13



Sumber: Akun Facebook

Seperti yang dilakukan oleh komentar dengan akun Fauzan Rogara yang peneliti identifikasi sebagai Kontra Paslon 01 memberikan komentar dengan menampilkan gambar jalan serta kata-kata kasar yaitu “nyata bohongi rakyat”, hal tersebut kembali ditanggapi oleh Akun Reizza Fairuz sebagai pro Paslon 01 bahwa Fauzan Rogara telah salah menilai Capres Joko Widodo dengan menyebutkan bahwa ia, “ngawur”, kemudian konflik dilanjutkan lagi oleh para pro dan kontra Paslon 01 dan 02 yang saling jatuh menjatuhkan. Ini juga termasuk dalam out-groups.

Gambar 3.14



Sumber: Akun Facebook

Foto tersebut mengidentifikasi bahwa Iphank Thonk sebagai pendukung Jokowi, dengan nada lantang mendukung Jokowi mengungkapkan “Jokowi 2 priode”. Hal tersebut juga ditambahkan oleh Den Gusaeri Gusaerita Gusaeri bahwa memang Jokowi lah yang pantas kembali memenangkan pilpres, dengan menyatakan “*Mantap aku WIS bulat nga pilihan selain Jokowi*”.

Beberapa akun yang pro terhadap Prabowo:

Gambar 3.15



Sumber: Akun facebook Yiyin Tana

Postingan diatas dari Akun Yiyin Tana yang peneliti identifikasikan sebagai Pro Prabowo Subianto – Sandiaga Uno sebagai Paslon Capres Cawapres Nomor Urut 02 dengan lantang menyuarakan bahwa Dia adalah seorang *underestimate* terhadap Paslon 01, karena telah lugas mengataakan suaranya dengan kata-kata kasar untuk mengharamkan pilih Joko Widodo dan mengatas namakan sebuah daerah. Yang juga termasuk *in-groups*

Gambar 3.16



Sumber: Akun Ajidin Gampanglah

Kemudian postingan Ajidin Gampanglah, Ohan Wibawa Al-Darmasy, Achmad M yang sangat jelas teridentifikasi sebagai Kontra Paslon 01 Joko Widodo– Ma’ruf Amin. Mereka mempublikasikan suara mereka melalui *facebook* dengan emosional sebagai *underestimate* terhadap Paslon 01 ini. Postingan Ajidin Gampanglah mengatakan dengan kalimat kasar yaitu Joko Widodo ‘suka ngehoax’ dengan menjelaskan tragedi-tragedi yang terjadi pada pemerintahan Capres Nomor Urut 01 itu yaitu

pristiwa ESEMKA dan Bahan BAKAR Minyak (BBM). Hal ini pun termasuk *in-groups*

Gambar 3.17



Sumber : Akun Barnas

Dari postingan diatas menyebutkan sindiran kepada paslon capres nomor urut 01 yang menyatakan bahwa mereka kontra ke Joko Widodo dengan melontarkan kata kata yang menyinggung yang membuat pendukung Jokowi merasa tersindir, karena Joko Widodo tidak akan peduli akan kata-kata itu hanya pendukung mereka saja saling serang dalam berkomentar. Ini termasuk dalam *in-groups*

Gambar 3.18



Sumber : Akun Facebook

Lalu postingan Achmad M, sebagai pendukung Prabowo Subianto-Sandiaga Uno yang memposting meme ‘Harus Ganti Presiden bulan 4’, ia juga mengatakan bahwa Presiden Joko Widodo ‘Inggrisnya ancur’ ia juga mengiringi postingan-postingan bernada kejam dengan membawa isu Ras Cina yang ditujukan kepada Capres 01. Achmad M juga memposting foto-foto berita yang dikemas sebagai Meme dengan mengungkapkan wapres Ma’ruf Amin suka bicara aneh dan juga mengatakan Paslon 01 ini suka menipu. Ini pun termasuk dalam *out- groups*

Gambar 3.19

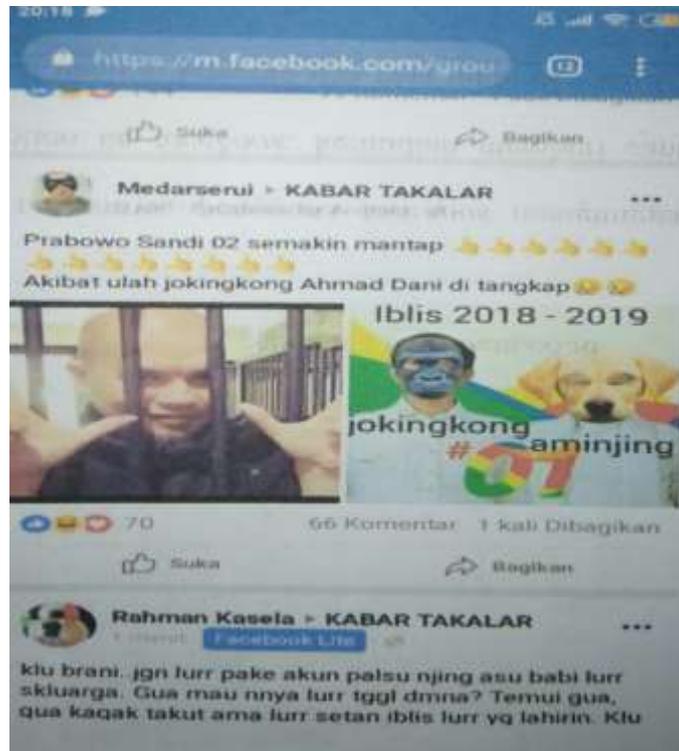




Sumber : Akun Facebook

Dari berbagai komentar mereka masih kontra ke Jokowi walaupun sebenarnya tidak berpengaruh dengan adanya komentar diatas akan tetapi sesama pendukung masih saling berbalas komentar, dengan itu mereka tetap saling mendukung para calon masing masing walaupun dengan kata kata yang kurang halus, sehingga perilaku mereka tetap saling menjelekan satu sama lain.

Gambar 3.20



Sumber : Akun facebook Madaserui

Berdasarkan gambar diatas tampak terlihat bahwa kefanatikan dari Madaserui ini jelas menghina karena bisa dapat lihat dari editan yang di posting mengatakan iblis 2018-2019 dengan disertai gambar pasangan calon presiden Jokowi-Ma'ruf Amin, kemudian wajah Jokowi dipasang stiker wajah anjing dan wajah gorilla menyebut dengan sebutan jokingkong dan aminjing. Terlihat kefanatikan dari Madaserui membuat dirinya hilang moral menyamakan dengan hewan, mengekpresikan dengan tidak wajar.

Beberapa foto tersebut cukup jelas bahwa psikologi politik yang ditunjukkan oleh individu-individu melalui postingan-postingan tersebut dan dapat diidentifikasi melalui kata-kata kasar bahwa mereka sudah mengelompokkan diri (*in-group*) pro atau kontra Paslon 01 atau Paslon 02.

Berdasarkan gambar-gambar diatas adalah foto-foto dari *facebook* dan beberapa komentar-komentar para masing-masing pendukung. Dilihat dari fanatisme yang ditunjukkan ialah debat, saling menjelekkkan, menyindir, menghina dan saling serang satu sama lain dengan argument yang dianggap mereka paling benar. Fanatisme ini ialah sebuah partisipan politik, karena munculnya menjelang pemilihan presiden dikarenakan dukungan yang sangat berlebihan terhadap pasangan calon.

Media sosial *facebook* digunakan para pendukung paslon sebagai media politik, media kampanye juga menyebarkan ujaran kebencian terhadap salah satu paslon menggiring opini yang membacanya. Sehingga berdasarkan pilpres 2019 kemarin media sosial sangat gencar digunakan sebagai media kampanye terutama media sosial *facebook*, karena pada saat ini *facebook* sangat berpengaruh menjadi media politik pada saat kampanye, semua orang hampir tertarik dengan adanya media sosial untuk menyampaikan aspirasi atau komentar yang mereka ingin sampaikan, kedua paslon masing masing mempunyai pendukung dan tim sukses dalam menggunakan media sosial, berbagai macam cara yang mereka lakukan agara menarik perhatian para pendukung lainnya untuk mendukung masing-masing paslon.

Sedangkan kedua paslon tetap melanjutkan kampanye di lapangan sebagai umpan untuk para pemilih pemula yang masih tidak peduli akan adanya pilpres 2019. Dengan begitu media sosial *facebook* juga menjadi media ujaran kebencian atau bisa menjadi pemecah bela para pendukung, karena mereka saling lempar komentar yang saling menyudutkan masing-masing paslon.

Berdasarkan psikologi politik para pendukung mempunyai sifat emosi dan sikap perilaku yang saling menjelekan satu sama lain, karena mereka membela masing-masing kedua paslon yang mereka dukung. Sampai kedua paslon menjadi terpilih sebagai presiden, sedangkan di media sosial *facebook* mereka menggunakan sebagai media kampanye mereka untuk promosi kedua paslon masing-masing dengan begitu orang orang akan tertarik rekam jejak para paslon yang pantas menjadi pemimpin selanjutnya.

Untuk dampaknya sendiri bagi para pendukung itu bisa berdampak positif atau negatif karena mempunyai pengaruh yang sangat kuat bagi diri mereka sendiri, sampai mempunyai emosi yang berlebihan sehingga mereka tidak bisa mengontrol perilaku mereka sendiri. Psikologi politik sendiri menjelaskan bahwa pemikiran seseorang akan bisa terpengaruh dari siapapun atau dengan apapun yang membuat mereka tertarik, dengan begitu perilaku dan emosi seseorang akan naik turun.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Penggunaan predikat cebong kampret pada saat pilpres 2019 sangat ramai di media sosial *facebook*, mereka saling mencaci maki dalam hal berkomentar dengan melontarkan kata-kata kasar, menghina, menyinggung, mencaci dan menyudutkan pasangan calon masing-masing. Tujuan para pendukung ingin pasangan calon yang mereka menang dalam pemilihan presiden 2019.

B. SARAN

Berharap kepada para pendukung untuk tidak saling menjelekan satu sama lain, karena itu hanya merugikan diri mereka sendiri, oleh karena itu pada saat nanti ada pemilihan presiden lagi di masa depan berharap para pendukung saling menghargai satu sama lain dan tidak terpecah belah hanya karena beda dalam memilih.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Arkunto, Suharsimi, (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta).

Erwin, Muhamad, (2013). *Pendidikan Kewarganegaraan Republik Indonesia (edisi revisi)*, (Jakarta: PT Refika Aditama),.

Gunawan, Imam, (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Pt Bumi Aksara).

Hamid, Abdul, (2012). Anas Shalahudin, Beni A. Saebani, *Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, (Bandung: CV Pustaka Setia).

Muluk, Hamdi, (2012). *Pengantar Psikologi Politik*, (Jakarta: Rajawali Pers).

Patilima, Hamid, (2013). *Metode penelitian kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, cv).

Willy D.S, *Negara Hukum dalam Keadaan Pengecualian*, (Jakarta: Sinar Grafika), 2013, hlm 61.

Website

<https://geotimes.co.id/opini/kecebong-dan-kampret-label-label-buruk-dalam-pemilu/>. Diakses dari 01 Desember 2018.

[https://id.quora.com/Dari-mana-datangnya-istilah-cebong-dan-kampret-untuk-menggambarkan-massa-yang-secara-berlebihan-pro-dan-anti-pemerintahan- Jokowi](https://id.quora.com/Dari-mana-datangnya-istilah-cebong-dan-kampret-untuk-menggambarkan-massa-yang-secara-berlebihan-pro-dan-anti-pemerintahan-Jokowi). Diakses dari 01 Desember 2018.

<https://nasional.kompas.com/read/2014/07/22/20574751/Ini.Hasil.Resmi.Rekapitu.lasi.Suara.Pilpres.2014?page=all>. Diakses dari 19 September 2019.

<https://www.kompasiana.com/jonathanputeraperdana8420/5d4518aa0d82303a391ed523/dampak-media-sosial-terhadap-remaja>. Di akses pada tanggal 14 januari 2020.

<https://www.artikelsiana.com/2019/07/karakteristik-adalah-pengertian-karakteristik-contohnya.html#>. di akses pada tanggal 7 januari 2019.

<https://www.seputarpengertian.co.id/2018/03/pengertian-media-sosial-karakteristik-fungsi-jenis-jenis-dampak.html>. Di akses pada 09 januari 2020.

<https://sites.google.com/a/student.unsika.ac.id/asep-saeful-bachri/media-sosial/perkembangan-facebook-di-indonesia>. Diakses pada 04 November 2019.

<https://id.quora.com/Dari-mana-datangnya-istilah-cebong-dan-kampret-untuk-menggambarkan-massa-yang-secara-berlebihan-pro-dan-anti-pemerintahan-Jokowi>. Diakses dari 01 Desember 2018.

<https://geotimes.co.id/opini/kecebong-dan-kampret-label-label-buruk-dalam-pemilu/> Diakses dari 01 Desember 2018.

Hendra Liem, <https://www.kompasiana.com/hendraliem/5837c7a75193736d05e2962f/media-sosial-serta-pengaruhnya-dalam-aspek-sosial-dan-politik-di-indonesia?page=all>, Diakses pada 13 November 2019.

Ismail Ade. *Tentang Facebook*. Diambil dari <http://www.tips-fb.com/2009/01/tentang-facebook.html>, Diakses dari 02 November 2019.

KataData.co.id. Diakses pada Tanggal 04 November 2019.

Salman, *Sejarah dan Perkembangan facebook*. Artikel diakses pada 04 November 2019 dari <https://www.facebook.com/fakunik.co.id/posts/sejarah-dan-perkembangan-facebookoleh-cerita-sejarah-pada-19-september-2010-puku/817773671673573/>. Diakses dari 04 November 2019.

Taryum M Disma. *Manfaatkan Facebook Sebagai Media Diskusi*. Diambil dari www.jurnalbogor.com/?p=55399. Jurnal Bogor, 6 Oktober 2009. Diakses dari 01 November 2019.

Youtube, Diakses tanggal 01 febuari 2020.

Skripsi

Aniroh, Nur Dewi Azizah, (2015), *Sikap Mahasiswa Terhadap Pesan Kebencian Dan Berita Palsu Di Facebook Terkait Kasus Basuki Tjahaya Purnama Yang Disebarkan Oleh Saracen (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Mahasiswa/I Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung Angkatan 2015*, Skripsi, Skripsi, Universitas Bandar Lampung, (5 Maret 2020), (Pukul 0.48 wib).

Pamungkas, Aji, Jalu, (2018), *Tindak Pidana Ujaran Kebencian di Media Sosial (Analisis Putusan PN Jakarta Selatan No.820/Pid.Sus/2017/PN Jkt-Sel)* Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, (10 September 2019), (pukul 10.28 wib).

Putri, Tri Isniarti, (2014), *Literasi Politik Jelang Pemilihan Presiden (PILPRES) 2014 di Media Sosial Kompasianawo*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta , (12 Februari 2019), (pukul 16.30 wib).

Rahayu Sari Endah, (2017), *Ujaran Kebencian di Media Sosial (Studi Sikap Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan kalijaga*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, (10 September 2019), (pukul 09.30 wib).

Wulandewi Putri Miki, (2016), *Pengaruh Penggunaan #2019gantipresiden Di Media Sosial Terhadap Sikap Mahasiswa Dalam Memilih Presiden Pada Pemilihan Presiden Tahun 2019*, Skripsi, Universitas Lampung, (22 Januari), (Pukul 19.00 wib).

Jurnal

Alfani Hendra, *Peran Facebook Dalam Kampanye Politik Pemilukada Di Kabupaten Ogan Kemiring Ulu*, Jurnal Lugas, Vol. 2, No. 1, Thn 2018, hlm 42.

Ardha, Berliani, *Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 Di Indonesia*, Jurnal Visi Komunikasi, Vol. 13, No. 01, Thn 2014, hlm 5.

Arinanto, Satya, *Pemilihan Umum, Demokrasi, dan Paradigma Baru Kehidupan Politik*, jurnal UMSIA No. 39, hlm 1.

Bachtiar, Rahma, Farahdiba, (2014). *Pemilu Indonesia: Kiblat Negara Demokrasi Dari Berbagai Representasi*, Jurnal Politik Profetik, Vol. 3, No.1, hal 7.

Cahyono Anang Sugeng, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia*, hlm 140.

Fernandes Arya, *Politik Identitas dalam Pemilu 2019: Proyeksi dan Efektivitas*, Csis Election Series No. 1, hlm 3.

Gemilang Ayu Dian. *Peran Facebook Sebagai Media Komunikasi Bisnis Online (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Facebook Sebagai Media Komunikasi Bisnis Online)*. (2011). *Skripsi*, (Surabaya: Universitas pembangunan nasional “veteran”: Tidak diterbitkan,), hlm 18.

HakimLukmanul Lucky. *“Pengaruh Facebook dalam Memperkuat Strategi Komunikasi Bisnis Perusahaan”*. Laporan Penelitian, (Bandung: Universitas Padjajaran, 2010), hlm 65.

Juwita Rina, *Media Sosial Dan Perkembangan Komunikasi Korporat, (Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman Samarinda, Kalimantan)*, hlm 48.

Liando M. Daud, *Pemilu Dan Partisipasi Politik Masyarakat (Studi Pada Pemilihan Anggota Legislatif Dan Pemilihan Presiden Dan Calon Wakil Presiden Di Kabupaten Minahasa Tahun 2014)*, Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum, Vol. 3, No. 2, Thn 2016, hlm 16.

Mujahidah, *Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Komunikasi*, (2013). *Jurnal Komunikasi dan Sosial Keagamaan*, Vol.xv, No. 1, hlm 104.

Sarmiati, *Interaksi Sosial dan Gaya Komunikasi Melalui Facebook*, Jurnal Komunikata Kajian Budaya-Media, Vol. 22, hl 1-19.

Solihah Ratnia, *Peluang dan Tantangan Pemilu Serentak 2019 dalam Perspektif Politik*, *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, Vol.3, No. 1, 2018, hlm 73.

Syahputra, Iswandi, *Demokrasi Virtual Dan Perang Siber Di Media Sosial: Perspektif Netizen Indonesia*, Jurnal 458 Jurnal ASPIKOM, Vol. 3, No. 3, Thn 2017, hlm 458.

Yuliani Widianingsih, *Demokrasi Dan Pemilu Di Indonesia: Suatu Tinjauan Dari Aspek Sejahtera Dan Sosiologi Politik*, Jurnal Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN "Veteran" Jakarta.



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK (FISIP)**

**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN FATAH PALEMBANG**

NOMOR : B.1385 /Un.09/VIII/PP.01/10/2019

Tentang

PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN FATAH PALEMBANG**

- MENYINGKAT :**
1. Bahwa untuk dapat menyusun skripsi yang baik, mahasiswa perlu di bimbing oleh tenaga Ahli sebagai dosen pembimbing pertama dan pembimbing kedua yang bertanggung jawab untuk membimbing mahasiswa dalam rangka penyelesaian penyusunan Skripsi
 2. Bahwa untuk kelancaran tugas-tugas pokok tersebut perlu dikeluarkan Surat Keputusan Dekan.
 3. Lembar persetujuan judul dan penunjukan Pembimbing Skripsi oleh Ketua Prodi Ilmu Politik *s.r: Inke Novalia, Tanggal 1 Oktober 2019*
- MENGINGAT :**
1. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 53 tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
 2. Keputusan Menteri Agama RI Nomor : 407 tahun 2000
 3. Instruksi Direktur Bimbaga Islam Departemen RI Nomor KEP/PP.00.9/147/1985 tanggal 5 Juni 1985 tentang pelaksanaan SKS dan Program S1 Universitas Islam Negeri Raden Fatah
 4. Instruksi Menteri Agama RI No.B/152/1994 tentang Pelaksanaan SKS Program S1 Universitas Islam Negeri Raden Fatah
 5. Pedoman Akademik Universitas Islam Negeri Raden Fatah No. 585 tahun 2016
 6. Kep.Menag RI No. 62 tahun 2015 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

MEMUTUSKAN

MENETAPKAN:
Pertama :

Menunjuk Saudara:

N A M A	NIP/NIDN	Sebagai
Andi candra Jaya, M. Hum	197201192007011011	Pembimbing I
Mariatul Qibtiyah, MA.Si	2012129302	Pembimbing II

Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang masing-masing Sebagai Pembimbing pertama dan Pembimbing kedua Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik saudara :

N a m a	: Inke Novalia
N I M	: 1537020038
Prodi	: Ilmu Politik
Judul Skripsi	: Penggunaan Predikat cebong dan Kampret dalam Pensaingan Politik menjelang Pilpres 2019 melalui media Sosial

- Kedua :** Masa bimbingan : Satu Tahun TMT. 3 Oktober 2019 s/d 3 Oktober 2020
Kepada pembimbing pertama dan pembimbing kedua tersebut diberi hak sepenuhnya untuk merevisi Judul/kerangka Skripsi tersebut tanpa mengubah substansi penelitian.
- Ketiga :** Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah/dibetulkan sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapannya.

Tembusan:

1. Rektor;
2. Dosen Penasehat Akademik yang bersangkutan
3. Pembimbing Skripsi (1 dan 2)
4. Ketua Prodi Ilmu Politik
5. Mahasiswa yang bersangkutan
6. Arsip

3 Oktober 2019

Dekan

Prof. Dr. Izomiddin, MA
NIP. 196206201988031001



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry No.1 Km.3.5 Palembang 30126 Telp: (0711)354668 Website : www.radenfatah.ac.id

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, kami Ketua Sidang Munaqasyah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang dengan ini menerangkan :

Nama : Inki Navalia

NIM : 1537020038

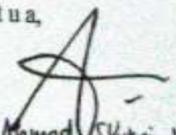
Jurusan : Ilmu Politik

Judul Skripsi : Penggunaan Pradikat Cibang dan Kamprit dalam Persangkaan Politik menjelang Pilpres 2019 (Analisis Perspektif Psikologi Politik bag Produkung Partai melalui media sosial facebook).

Telah dimunaqasyahkan pada hari Selasa tanggal 25 bulan 02 tahun 2020 dinyatakan LULUS / ~~TIDAK LULUS~~ Dengan Nilai Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) : 3,65

Palembang,

Ketua,


Dr. Ahmad Uskuri, M.Si

NIP. 197701212005011014

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
2. Yang bersangkutan
3. Arsip.



**KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry No.1 Km.3.5 Palembang 30126 Telp: (0711)354668 Website : www.radenfatah.ac.id

BERITA ACARA

Pada hari Selasa tanggal 21 bulan 02 tahun 2020 Skripsi Mahasiswa :

Nama : Inki Novatia
 Nomor Induk Mahasiswa : 1533020038
 Jurusan/Program Studi : Ilmu Politik
 Judul Skripsi : Penggunaan Predikat Cabang dan Komite Dalam Persaingan Politik menjelang Pilpres 2019 C Analisis Prospektif Perilaku Politik Bagi Pendukung Parton melalui Media Sosial facebook

MEMUTUSKAN

1. Setelah mengumpulkan Nilai Teori dan hasil Munaqasyah pada hari ini...Selasa... maka saudara dinyatakan : **LULUS/ TIDAK LULUS**,
 Indeks Prestasi Kumulatif : 3.65..., oleh karena itu saudara berhak memakai gelar Sarjana Strata Satu (SI).*Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)*.
2. Perbaiki dengan Team Penguji selambat-lambatnya 2 (dua) Minggu/ sebelum penutupan pendaftaran Wisuda terhitung sejak ditetapkan.
3. Apabila melanggar point 2 diatas, maka dinyatakan belum bisa diikutsertakan mengikuti Wisuda yang diselenggarakan pada periode berjalan.
4. Apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan ini akan diadakan perubahan sebagaimana mestinya.

Team Penguji :

NO.	TEAM PENGUJI	JABATAN	TANDA TANGAN
1	Dr. Ahmad Syukri, M.Si	Ketua Penguji	
2	Afif Musthofa Kawalami, M.Sos	Sekretaris Penguji	
3	Amur Ropik, M.Si	Penguji Utama	
4	Erik Darmawan, M.HI	Penguji Kedua	
5	Dr. Andi Candra Jaya, M.Hum	Pembimbing I	
6	Mariatul Qibtiyah, MA-Si	Pembimbing II	

DITETAPKAN DI : PALEMBANG
 PADA TANGGAL :

KETUA

 Dr. Ahmad Syukri, M.Si
 NIP. 19710725 2009 1004

SEKRETARIS

 Afif Musthofa Kawalami, M.Sos
 NIP. 2027029302



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry No.1 Km.3.5 Palembang 30126 Telp: (0711)354668 Website : www.radenfatah.ac.id

FORMULIR KONSULTASI SKRIPSI
PROGRAM STUDI POLITIK
PEMBIMBING I

Nama Mahasiswa : Inke novalia
NIM : 1537020038
Program Studi : Ilmu Politik
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Penggunaan predikat cebong dan kampret dalam persaingan politik menjelang pilpres 2019 (Analisis Perspektif Psikologi politik bagi pendukung paslon melalui media sosial facebook).
Pembimbing I : Andi Candra Jaya, M.Hum
Pembimbing II :

No.	Hari/ Tanggal	Uraian Materi yang Dikonsultasikan	Tandatangan Pembimbing
1.	24-09-2019	Pembahasan latar belakang	/
2.	26-09-2019	Revisi Bab I	/
3.	30-09-2019	Perbaikan Sistematika Penulisan	/
4.	12-10-2019	ACC Bab I lanjut Bab II	/
5.	18-10-2019	Perbaikan Bab II	/
6.	21-10-2019	Penambahan data Bab II	/



**KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry No.1 Km.3.5 Palembang 30126 Telp. (0711)354668 Website : www.radenfatah.ac.id

No.	Hari / Tanggal	Uraian Materi yang Dikonsultasikan	Tandatangan Pembimbing
7.	27-10-2019	Revisi Bab II	/
8.	29-10-2019	Penambahan data Bab II	/
9.	03-12-2019	Perbaikan Bab III	/
10.	12-12-2019	Perbaikan Bab III	/
11.	10-01-2020	Penambahan data Bab III	/
12.	25-01-2020	Perbaikan data Bab III	/
13.	09-02-2020	Bab III Revisi	/
14.	10-02-2020	Acc Bab III ulian kompresif	/
15.	17-02-2020	Acc Monaqdsah <i>W</i> <i>W/12/19</i>	.



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry No.1 Km.3.5 Palembang 30126 Telp: (0711)354668 Website : www.radenfatah.ac.id

FORMULIR KONSULTASI SKRIPSI
PROGRAM STUDI POLITIK
PEMBIMBING II

Nama Mahasiswa : Inke novalia
NIM : 1537020038
Program Studi : Ilmu Politik
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Penggunaan predikat cebong dan kampret dalam persaingan politik menjelang pilpres 2019 (Analisis perspektif psikologi politik bagi pendukung paslon melalui media sosial **FACEBOOK**).
Pembimbing I :
Pembimbing II : Mariatul Qibtiya, MA.Si

No.	Hari/ Tanggal	Uraian Materi yang Dikonsultasikan	Tandatangan Pembimbing
1.	23-09-2019	Pembahasan lat. Belakang & Teori	
2.	26-09-2019	Revisi Bab I	
3.	30-09-2019	Perbaikan sistematika Penulisan	
4.	10-10-2019	Acc Bab I lanjut Bab II	
5.	17-10-2019	Perbaikan Bab II	
6.	23-10-2019	Penambahan data Bab II	
7.	27-10-2019	Revisi Bab II	
8.	31-10-2019	Perbaikan Bab II	
9.	03-11-2019	Penambahan data di tes Bab II	



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry No.1 Km.3.5 Palembang 30126 Telp: (0711)354668 Website : www.radenfatah.ac.id

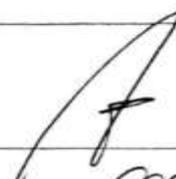
No.	Hari/ Tanggal	Uraian Materi yang Dikonsultasikan	Tandatangan Pembimbing
10.	01-12-2019	Perbaikan Bab II	
11.	10-10-2019	Perbaikan Bab III Analisis Data.	
12.	10-01-2020	Perbaikan bab III	
13.	25-01-2020	Penambahan data bab III	
14.	08-02-2020	Bab II Revisi	
15.	10-02-2020	revisi bab 3 untuk bagian komprehensi	
16.	20-02-2020	<p>Alu Mengarah 20/2020 /02</p>	

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Mike Novalia
NIM : 1537020038
Program Studi : Ilmu Politik
Tanggal Ujian Munasqasah : 25 Februari 2020
Judul Skripsi : Penggunaan predikat cebong dan rampret dalam

Persaingan Politik menjelang pemilihan Presiden 2019 (Analisis
Perspektif Psikologi Politik bagi pendukung paslon melalui media sosial facebook)

TELAH DI REVISI SESUAI MASUKAN DAN SARAN PADA SAAT UJIAN MUNAQOSAH dan TELAH
DISETUIJI OLEH DOSEN PENGUJI I dan DOSEN PENGUJI II.

NO.	NAMA DOSEN PENGUJI	JABATAN	TANDA TANGAN
1	Almur Ropir, M. Si	Penguji I	
2	Eris Darmawan, M.HI	Penguji II	

Palembang, 25 Februari 2020

Menyetujui,


Dr. Andi Candra Jaya, M. Hum
NIP. 19720119200701011011
Dosen Pembimbing I


Mariatul Qibtiyah, MA. Si
NIDN. 2012129302
Dosen Pembimbing II