PROSES *COMPLIANCE* POLITIK PENERIMA *BROADCAST MESSAGE* DI SOSIAL MEDIA

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Strata
Satu (S1) Psikologi (S.Psi)

Erick Sumadinata
J71214057

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2018

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Proses *Compliance* Politik Penerima *Broadcast Message* di Sosial Media" merupakan karya asli yang diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Karya ini sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis di acu dalam naskah ini dan disebutkan di dalam daftar pustaka.

Surabaya, 09 November 2018

Erick Sumadinata

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi

PROSES *COMPLIANCE* POLITIK PENERIMA *BROADCAST MESSAGE* DI SOSIAL MEDIA

Oleh :

Erick Sumadinata
J71214057

Telah Disetujui untuk Diajukan pada Sidang Skripsi

Surabaya, 26 Oktober 2018

Hj.Tatik Mukhoyyaroh, S.Psi, M.Si

NIP. 197605112009122002

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI
SKRIPSI

PROSES *COMPLIANCE* POLITIK PENERIMA *BROADCAST MESSAGE* DI SOSIAL MEDIA

Yang disusun oleh:

Erick Sumadinata
J71214057

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji
Pada tanggal 09 November 2018

Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan

Dr. dr. Hj. Siti Nur Asiyah, M.Ag.
NIP. 197209271996032002

Susunan tim penguji
Penguji I/ Pembimbing

Hj. Tatik Mukhoyyaroh, S. Psi, M. Si
NIP. 197605511200912200 2

Penguji II

Dra. ST. Azizah Rahayu, M. Si
NIP. 195510071986032001

Penguji III

Dr. Suryani, S. Ag, S.Psi, M. Si
NIP. 197708122005012004

Penguji IV

Nailatin Fauziyah, S. Psi, M. Si
NIP. 197406122007102006

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : ERICK SUMADINATA
NIM : J71214057
Fakultas/Jurusan : PSIKOLOGI DAN KESEHATAN / PSIKOLOGI
E-mail address : ericksumadinata019@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

PROSES COMPLIANCE POLITIK PENERIMA BROADCAST MESSAGE DI SOSIAL MEDIA

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 17 November 2018

Penulis

(ERICK SUMADINATA)
nama terang dan tanda tangan

INTISARI

Penelitian ini memiliki fokus penelitian yaitu mengetahui gambaran proses *compliance* politik penerima *broadcast message* di sosial media. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Informan dalam penelitian ini adalah adalah tiga orang yang pernah menerima *broadcast message* konten politik, masing – masing informan yang dijadikan sumber informasi memiliki dua signifikan other. Penelitian ini menemukan beberapa temuan, yaitu pada pada masing – masing informan memiliki persamaan dan perbedaan dalam gambaran proses *compliance* politik. Pada informan pertama dan kedua ditemukan bahwa tidak adanya aspek timbal balik dan pada informan ketiga ditemukan adanya aspek timbal balik berupa bantuan yang diberikan pada informan. Peneliti juga menemukan beberapa persamaan dan perbedaan dari ketiga informan mulai dari komitmen atau konsistensi, pembuktian sosial, rasa suka atau pertemanan, otoritas dan kelangkaan.

Kata kunci : Proses *compliance* politik, penerima *broadcast message*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ABSTRACT

This research has a research focus, namely to know the picture of the process of political compliance with the recipient of broadcast messages on social media. This research is a qualitative research using phenomenologis. The informants in this study were three people who had received political content broadcast messages, each informant who was used as the source of information had two other significant ones. This study found several findings, namely that each informant had similarities and differences in the description of the political compliance process. In the first and second informants it was found that the absence of reciprocal aspects and in the third informant found the reciprocal aspects of the assistance provided to the informants. The researcher also found some similarities and differences from the three informants ranging from commitment or consistency, social proof, liking or friendship, authority and scarcity.

***Keywords**: Political compliance process, recipient of broadcast message*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERNYATAAN ii
HALAMAN PERSETUJUAN iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
KATA PENGANTAR v
INTISARI vii
ABSTRACT vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR BAGAN xii
DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Penelitian 1
B. Fokus Penelitian 8
C. Tujuan Penelitian 8
D. Manfaat Penelitian 9
E. Keaslian Penelitian 9

BAB II KAJIAN PUSTAKA
A. Broadcast Message di Sosial Media
1. Pengertian Sosial Media 13
2. Pengertian Aplikasi Chatting 18
3. Pengertian Broadcast Message 21
4. Jenis Broadcast Message di Sosial Media 23
5. Cara Melakukan Broadcast Message di Sosial Media 24
6. Penerima Broadcast Message di Sosial Media 26
B . Compliance Politik
1. Pengertian Compliance Politik 28

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Prinsip Dasar Compliance 30
3. Teknik Compliance 35
4. Proses Compliance Politik Penerima Broadcast Message di Sosial Media 38
C . Perspektif Teoritis 42

BAB III METODE PENELITIAN
A. Jenis Penelitian 46
B. Lokasi Penelitian 46
C. Sumber Data 47
D. Cara Pengumpulan Data 49
E. Prosedur Analisis Dan Interpretasi Data 52
F. Keabsahan Data 55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Deskripsi Subjek 57
B. Hasil Penelitian 63
1. Deskripsi Hasil Temuan 63
a. Deskripsi Hasil Temuan Informan Pertama 63
b. Deskripsi Hasil Temuan Informan Kedua 74
c. Deskripsi Hasil Temuan Informan Ketiga 83
2. AnalisisTemuan Penelitian 94
C. Pembahasan 99

BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan 106
B. Saran 107
DAFTAR PUSTAKA…..... 100
LAMPIRAN..... 112

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

TABEL 1. Proses Compliance Politik Informan 93

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Proses Compliance Informan Pertama 73

Bagan 2. Proses Compliance Informan Kedua 82

Bagan 3. Proses Compliance Informan Ketiga 92

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Panduan Wawancara 114
Lampiran 2. Panduan Wawancara *Signifkan Other*.....118
Lampiran 3. Informed Consent 119
Lampiran 4. Transkip Wawancara Subjek Pertama 121
Lampiran 5. Transkip Wawancara Informan Pertama Subjek Pertama 134
Lampiran 6. Transkip Wawancara Informan Kedua Subjek Pertama 140
Lampiran 7. Transkip Wawancara Subjek Kedua 146
Lampiran 8. Transkip Wawancara Informan Pertama Subjek Kedua ….....157
Lampiran 9. Transkip Wawancara Informan Kedua Subjek Kedua 162
Lampiran 10. Transkip Wawancara Subjek Ketiga 167
Lampiran 11. Transkip Wawancara Informan Pertama Subjek Ketiga 175
Lampiran 12. Transkip Wawancara Informan Kedua Subjek Ketiga 180
Lampiran 13. Print Out *Broadcast Message* konten politik 188
Lampiran 14. Kartu Bimbingan 190

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat berbagai kemudahan ditawarkan guna menunjang berbagai aktifitas masyarakat. Salah satunya bidang komunikasi yang mengalami kemajuan sangat pesat, orang yang ingin berkomunikasi saat ini tidak terbatas ruang dan waktu. Adanya internet orang dapat terhubung dengan orang yang berada di belahan bumi lain tanpa harus bertatap muka secara langsung. Indonesia sebagai salah satu negara berkembang dengan penduduk terpadat di dunia merupakan negara yang termasuk aktif dalam penggunaan internet dalam kesehariannya.

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada tahun 2017 melalui suatu metode survei menunjukkan bahwa pengguna interenet di indonesia mencapai 143,26 juta jiwa, yang terdiri dari berbagai rentang usia yang masih dikatakan produktif serta menempati posisi kelima dunia sebagai pengguna internet terbesar. Selain itu, indonesia juga pengguna facebook terbesar kedua di dunia. Sebesar 16,68% dari pengguna yang internet yang ada di indonesia merupakan penduduk usia 13-18 tahun. Pengguna berusia 19-34 tahun sebesar 49,52% dan 29,55% merupakan pengguna berusia 35-54 tahun.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan, sisanya merupakan pengguna berusia 54 tahun keatas. (Kompas 2018).

Kemudahan dalam berkomunikasi saat ini banyak dimanfaatkan oleh berbagai kalangan masyarakat untuk berbagai kepentingan. Seperti, digunakan untuk kepentingan komersial dengan cara promosi suatu produk barang atau jasa, atau untuk kepentingan edukasi. Banyak informasi terbaru yang disajikan dengan sangat cepat dan luas atau juga digunakan untuk kepentingan politik dalam mencari simpati masyarakat di dunia maya terutama jejaring sosial media.

Media menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah alat, sarana, yang terletak diantara keduanya, perantara atau penghubung. Sedangkan sosial adalah berkenaan dengan masyarakat. Jadi media sosial adalah suatu perangkat yang digunakan oleh masyarakat untuk saling berinteraksi satu sama lain dalam satu jaringan. Kaplan & Haenlein (2010) dalam wikipedia mengatakan bahwa sosial media adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user generated content*.

Zarella (2010) menjelaskan bahwa sosial media merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi perkembangan web baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara o*nline*, sehingga dapat menyebar luaskan konten mereka

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sendiri. Dalam sosial media terdapat situs jejaring sosial yang merupakan suatu aplikasi yang mengizinkan *user* untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa seperti foto-foto. Contoh aplikasi pada sosial media seperti *WhatsApp, BlackBeryMessanger, line,* dan *Facebook*. (Kaplan & Heinleaan, 2010).

Pada sosial media terdapat berbagai fitur tersedia demi menambah kemudahan dan kenyaman penggunanya. Misalnya, orang dapat membagikan aktifitas kegiatan sehari-hari pada orang lain baik berupa teks, gambar atau berupa video, selain itu juga tersedia fitur yang dapat membuat orang saling berkenalan dengan pengguna lainnya meski tidak atau belum pernah bertemu sekalipun. Bahkan, beberapa sosial media juga memberikan fitur yang disebut *broadcast message* yang memungkinkan seseorang untuk dapat mengirimkan satu pesan ke beberapa orang sekaligus tanpa harus menulisnya berulang kali.

Secara bahasa *broadcast message* artinya pesan siaran. Menurut UU penyiaran dalam Budhjianto (2010) mendefinisikan *broadcast* adalah pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat siaran. Nikko (2015) mendefinisikan *broadcast* sebagai suatu metode pengiriman data yang dikirim kebanyak data sekaligus, tanpa melakukan pemeriksaan atau pengecekan tentang titik tersebut siap atau tidak, ataupun tanpa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memperhatikan data tersebut sampai atau tidak. Jadi, *broadcast message* di sosial media merupakan suatu pesan atau rangkaian pesan berupa tekstual atau *non*-tekstual yang dikirim pada beberapa penerima yang beredar di sosial media.

Pada tahun politik menjelang pemilihan legislatif dan pemilihan presiden tahun 2019 *broadcast message* sering kali di manfaatkan oleh para politisi atau partai politik sebagai salah satu cara untuk menunjukkan eksistensi mereka pada masyarakat luas. Berkaca pada saat *Car Free Day* di Bundaran HI pada 29 April 2018. Detik News memberitakan terjadi suatu tindak intimidasi yang dilakukan oleh salah satu kelompok pendukung tokoh politisi pada seorang ibu dan anaknya yang menjadi simpatisan pendukung tokoh politisi yang berbeda. Kondisi ini di mulai dari *broadcast message* di sosial media berupa ajakan untuk memakai atribut salah satu kelompok politisi pada acara *Car Free Day* minggu pagi. Saat berada di lokasi *Car Free Day* korban intimidasi bersama kelompoknya bertemu dengan pendukung politisi lain yang juga hadir pada acara *Car Free Day*. Kedua kelompok simpatisan yang berbeda ini mengatakan jika aksinya datang pada acara *Car Free Day* dengan menggunakan atribut politik karena mendapat *broadcast message* yang diterimanya melalui sosial media sebelumnya.

Sebagai pesan siaran yang ditujukan pada banyak orang, *Broadcast message* di media sosial juga merupakan salah satu bentuk pengaruh sosial yang meliputi permintaan dari sesorang kepada orang lain.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Taylor et.al. (2009) *compliance* adalah melakukan apa-apa saja yang diminta orang lain, walaupun mungkin kita tidak suka. Dalam harmaini (2010) *compliance* adalah konformitas ketika individu tidak setuju dengan perilaku atau sikap kelompok sehingga perilaku sikap tersebut dilakukan dengan tidak tulus.

Menurut Sarlito & Eko (2015) sering kali perilaku kita dipengaruhi oleh permintaan langsung orang lain. Hal tersebut merupakan suatu bentuk pengaruh sosial yang disebut pemenuhan keinginan atau *compliance*. Contoh pengaruh sosial dengan bentuk *compliance* misalnya. Ketika seorang teman memohon agar di pinjamkan uang, ketika pramuniaga menawarkan barangnya, perilaku calon anggota legislatif meminta agar dipilih ketika pemilu, permintaan sang pacar untuk dijemput, *rengekan* anak saat meminta ijin pergi ke suatu tempat atau saat meminta uang pada orang tua. Permintaan-permintaan ini mengharuskan memilih dua hal, menolak atau mengiyakannya. Cialdini dalam Sarlito & Eko (2015) menyimpulkan prinsip-prinsip dasar *compliance* adalah pertemanan atau rasa suka, komitmen atau konsistensi, kelangkaan, timbal balik, validasi sosial, dan otoritas.

Compliance politik adalah suatu bentuk pengaruh sosial yang berupaya untuk membuat orang lain setuju atau sepakat akan suatu kegiatan politik. Seperti misalnya, ketika seorang tokoh politisi atau kelompok politisi tertentu yang menunjukkan atau menampilkan tentang prestasi yang telah diraihnya selama menjabat pada masa periode tertentu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan maksud agar tokoh tersebut atau golongannya terpilih kembali oleh masyarakat pada masa pemilihan. Istilah politik menurut Muluk (2014) diartikan sebagai suatu cara yang digunakan untuk mendapatkan sesuatu. Seperti, untuk mendapatkan kekuasaan atau kewenangan.

Munculnya *compliance* pada setiap individu tidak terlepas melalui keberagaman budaya dalam mengembangkan bentuk informasi yang memberitahu jika sebuah permintaan dapat menjadi benar dan menguntungkan. Manusia cenderung berespons secara otomatis terhadap permintaan orang lain. Artinya, manusia memiliki pola tingkah laku yang otomatis dipicu oleh adanya satu bentuk informasi yang relevan dalam situasi tertentu. Informasi tersebut memicu individu untuk mengambil tindakan tanpa menganalisis seluruh informasi yang ada dengan hati-hati. (Cialdini dalam Sarlito & Eko, 2015).

Berdasarkan masalah diatas, peneliti merasa tertarik untuk menggali lebih dalam mengenai proses *compliance* politik penerima *broadcast message* di sosial media. Pada penelitian ini peneliti menggunakan tiga orang sebagai subjek penelitiannya.

Adapun kriteria-kriteria yang peneliti tentukan sebagai subjek penelitian adalah Pria atau wanita berusia 17-25 tahun. Memiliki akun sosial media yang masih aktif digunakan minimal aplikasi *chatting* seperti *BlackBerry Messenger, Line Messenger* dan atau *WhatsApp Messenger.* Menerima *broadcast message* konten politik 1-3 kali dalam sebulan. Dapat menunjukkan bukti *broadcast message* konten politik

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang pernah diterima. Membaca *broadcast message* konten politik tersebut. Mengikuti perkembangan politik Indonesia berupa mengikuti serangkaian aksi untuk mengekspresikan pendapatnya pada pemerintah atau minimal membaca pemberitaan tentang politik Indonesia melalui media yang ada. Bersedia untuk diwawancarai.

Berdasarkan masalah diatas, peneliti merasa tertarik untuk menggali lebih dalam mengenai proses *compliance* politik penerima *broadcast message* di sosial media. Pada penelitian ini peneliti menggunakan tiga orang sebagai subjek penelitiannya. Adapun kriteria-kriteria yang peneliti tentukan sebagai subjek penelitian adalah aktif di sosial media, mengikuti perkembangan politik Indonesia, pernah menerima *broadcast message* konten politik, memiliki bukti *broadcast message* konten politik yang pernah diterima serta bersedia untuk diwawancarai.

Subjek pertama berinisial P yang merupakan lulusan psikologi di salah satu universitas negeri di Surabaya selain itu P juga aktif sebagai jurnalis di salah satu perusahaan pers di Jawa Timur, wawancara pada subjek pertama dilakukan pada tanggal 03 november 2018 di salah satu cafe di Surabaya. Subjek kedua berinisial H yang merupakan lulusan salah satu universitas negeri di Surabaya yang memiliki kerabat simpatisan kelompok politik, proses wawancara dengan subjek kedua berlangsung pada tanggal 08 november 2018 di salah satu cafe di Surabaya. Subjek ketiga berinisial D yang aktif di sosial media dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pernah menerima *broadcast message* melalui temannya yang anggota simpatisan kelompok tertentu, pelaksanaan wawancara dengan subjek ketiga dilakukan pada tanggal 04 november 2018 di salah satu cafe di Surabaya. Metode yang digunakan peneliti adalah metode kualitatif. Lokasi penelitian berada di salah satu cafe di surabaya dan di rumah subjek di surabaya sesuai dengan domisili subjek penelitian.

Penelitian proses *compliance* politik penerima *broadcast message* di media sosial perlu untuk dikaji lebih dalam karena media sosial terutama di tahun politik mempunyai potensi yang sangat besar bagi masyarakat sehingga apabila media sosial tersebut digunakan dengan tidak semestinya oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab akan memberikan banyak dampak negatif. Seperti, tindak penipuan, ujaran kebencian, hingga berakhir dengan tindakan intimidasi yang terjadi beberapa saat yang lalu.

B. Fokus Penelitian

Fokus masalah pada penelitian ini adalah bagaimana proses *compliance* politik penerima *broadcast message* melalui sosial media ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian melalui penulisan ini adalah :

Untuk mengetahui proses *compliance* politik penerima *broadcast message* melalui sosial media.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis, dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran secara ilmiah guna pengembangan ilmu pengetahuan umum dan ilmu psikologi, khususnya psikologi sosial terkait proses *compliance* politik penerima *broadcast message* melalui sosial media.
2. Manfaat Praktis, diharapkan hasil penelitian ini menjadi bahan masukan kepada masyarakat dan bagi para pengguna sosial media berkenaan dengan beredarnya konten-konten politik pada sosial media menjelang tahun politik agar masyarakat dapat lebih bijak dalam menyikapi *broadcast message* konten politik sehingga tidak mudah terprovokasi dengan informasi yang belum pasti kebenarannya di sosial media.

E. Keaslian Penelitian

Penelitian tentang topik *compliance* telah banyak dilakukan di berbagai tempat baik itu dalam negeri atau pun luar negeri. Dengan begitu, menunjukkan jika topik *compliance* cukup menarik untuk lebih didalami.

Di Indonesia penelitian dengan topik *compliance* telah banyak dilakukan seperti penelitian yang dilakukan Ramdani (2016) Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan subjek merupakan para pelajar SMK di salah satu kota di Kalimantan Timur. Hasil

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian tersebut menunjukkan bahwa kontrol diri dan kepatuhan pada subjek penelitian saling berhubungan terhadap aturan sekolah dengan perilaku merokok.

Penelitian yang dilakukan Prihatiningsih & Sugiyanto (2010). Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan subjek yang terdiri atas staf dan pekerja konstruksi di yogyakarta. Hasil temuan pada penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh iklim keselamatan dan pengalaman personal terhadap kepatuhan pada peraturan keselamatan pekerja kontruksi.

Penelitian tentang *compliance* juga diteliti oleh Mufida (2012). Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan subjek yang terditi atas pegawai Bea Cukai Di Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan tingkat *burn out* ditinjau dari gaya kepribadian *dominance, influence, steadiness* dan *compliance.*

Armayati (2014) Menemukan bahwa adanya korelasi perilaku merokok dan latar belakang pengetahuan tanpa merokok dengan kepatuhan terhadap peraturan tanpa merokok. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan subjek mahasiswa dan karyawan.

Penelitian yang dilakukan Sari (2014). Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan subjek para karayawan yang bekerja dibagian produksi. Hasil penelitian ini menemukan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bahwa iklim keselamatan kerja berpengaruh positif terhadap kepatuhan peraturan keselamatan kerja.

Di luar negeri penelitian topik *Compliance* telah banyak di teliti. Salah satunya di teliti oleh Petrova (2007). Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian eksperimen dengan melibatkan subjek partisipan yang di survei secara online pada bulan sebelum penelitian dilakukan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa partisipan dengan budaya individualistik lebih konsisten jika dibandingkan dengan budaya kolektivistik.

Guadagno (2013) melakukan penelitian menggunakan metode eksperimen dengan partisipan mahasiswa psikologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa validasi sosial juga dapat berpengaruh dalam konteks berbasis teks online.

Penelitian yang dilakukan Nicolas (2011). Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah eksperimen dengan melibatkan partisipan mahasiswa teknik mesin di perancis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang ditemukan antara dua kelompok eksperimen dalam jumlah yang setuju untuk memberikan darah.

Topik *compliance* juga pernah diteliti oleh yunita (2013). Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah eksperimen dengan dengan partisipan mencapai 252 orang, 52% laki-laki, 60% kaukasian dengan rata-rata usia 35 tahun. Hasil penelitan ini menunjukkan bahwa tekanan untuk patuh ternyata cenderung dipertahankan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada penelitian Grant (2010). Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah eksperimen dengan melibatkan partisipan wanita dengan usia 17- 21 tahun. Hasil penelitian ini menemukkan bahwa pujian merupakan cara yang efektif untuk membuat orang patuh tapi tentu karena adanya alasan yang diharapkan.

Dari beberapa penelitian diatas tentang *compliance*, peneliti belum menemukan penelitian proses *compliance* politik penerima *broadcast message* di sosial media. Perbedaan penelitian ini dengan beberapa penelitian diatas yakni terletak pada metode, subjek, dan juga lokasi untuk melakukan penelitian. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif. Pada penelitian ini peneliti menggunakan subjek pria atau wanita yang berusia 18 – 34 tahun yang bertindak aktif dalam sosial media, mengikuti perkembangan politik Indonesia serta pernah menerima *broadcast message* konten politik. Lokasi penelitian berada di Surabaya sesuai dengan kesepakatan dengan para subjek dalam penelitian. Oleh karena itu, peneliti dapat menjamin keaslian penelitian ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Broadcast Message di Sosial Media

1. Pengertian Sosial Media

Sosial media adalah suatu jaringan yang berbasis *online* yang menghubungkan para penggunanya. Menurut Putra (dalam Budiyono, 2016) menyatakan bahwa sosial media merupakan media *online* yang mendukung interaksi sosial. Implementasinya, media sosial menggunakan teknologi berbasis *web* yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Definisi lain disebutkan oleh Zarella (2010) yang menjelaskan bahwa sosial media merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi perkembangan *web* baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara o*nline*, sehingga dapat menyebar luaskan konten mereka sendiri.

Menurut Putri (2016) mengungkapkan bahwa media sosial (*Social Networking*) atau sosial media adalah sebuah media *online* dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, *sosial network* atau jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki mungkin merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Schottmuller (dalam Susanto, 2017) menyatakan bahwa sosial media esensinya sebagai saluran komunikasi, atau alat yang digunakan untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menyimpan, mengakumulasikan, berbagi, berdiskusi atau menyampaikan informasi dalam komunitas *online*. Mulawarman & Nurfitri (2017) mengungkapkan bahwa sosial media adalah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial.

Sosial media juga didefiinisikan oleh Boyd (dalam Nasrullah, 2015) yang menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) di mana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa. Menurut Kaplan & Heinleaan (2010) Dalam sosial media terdapat situs jejaring sosial yang merupakan suatu aplikasi yang mengizinkan *user* untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa seperti foto-foto. Contoh aplikasi pada sosial media seperti *WhatsApp, BlackBeryMessanger, line messenger,* dan *Facebook*. (dalam Wikipedia, 2018).

Berdasarkan pemaparan tersebut dapat dikatakan bahwa sosial media adalah suatu wadah yang digunakan oleh masyarakat modern saat ini untuk berbagai kepentingan dalam menjalin hubungan dengan banyak orang tanpa harus melakukan pertemuan secara fisik melalui suatu teknologi yang berbasis internet.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Karakteristik sosial media yang disusun oleh Tim Pusat Humas Perdagangan RI pada tahun 2014 (dalam Kurniawan, 2018) menyatakan bahwa :

a. Sosial media memiliki konten yang disampaikan dibagikan pada banyak orang dan tidak terbatas pada satu orang tertentu
b. Isi pesan muncul tanpa melalui *gatekeeper* dan tidak ada gerbang penghambat
c. Isi disampaikan secara *online* dan langsung
d. Konten dapat diterima secara *online* dalam waktu lebih cepat dan bisa juga tertunda penerimaannya tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan sendiri oleh penggunanya
e. Sosial media menjadikan penggunanya sebagai kreator dan aktor yang memungkinkan dirinya untuk beraktualisasi
f. Dalam konten sosial media terdapat sejumlah aspek fungsional seperti identitas, percakapan (interaksi), berbagi (*sharing),* kehadiran (eksis), hubungan (relasi), reputasi (status), dan kelompok (grup).

Sedangkan jenis sosial media berdasarkan Karjaluoto (2008) menyatakan bahwa sosial media terdapat enam macam yaitu:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Blog (*blogs or web blogs*),

yaitu sebuah *website* yang dapat digunakan untuk memasang tulisan, baik oleh satu orang atau kelompok, dan juga menyediakan ruang sehingga pembaca tulisan dapat memberi komentar. Banyak macam-macam blog di dunia, dan blog menjadi popular karena menyediakan perspektif yang utuh dan asli mengenai topik-topik tertentu.

b. Forum (*Forums*),

merupakan sebuah situs dimana beberapa pengguna (*users*) dapat menyusun topik dan mengomentari topik yang dibuat. Semua orang yang mengunjungi situs tersebut dapat memberikan komentar. Selain itu, biasanya forum ini dijadikan rujukan bagi mereka yang tertarik pada suatu topik. Contoh dari forum yang cukup popular adalah *kaskus*. Di dalam *kaskus* terdapat berbagai topik yang diciptakan oleh para pengguna situs atau diusulkan oleh para pengunjung situs tersebut.

c. Komunitas Konten (*content communities*),

Adalah situs yang memungkinkan pengguna (*users*) untuk memasang atau menyebarkan konten. Konten yang dipasang dan disebarkan biasanya berupa video atau foto untuk bercerita dan berbagi. Beberapa situs ini

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menyediakan layanan untuk voting, sehingga pengunjung dapat ikut menentukan relevansi konten yang akan dipasang dan disebarkan.

d. Dunia virtual (*virtual worlds*),

merupakan sebuah situs yang menyediakan dunia virtual bagi para pengunjungnya. Yaitu dunia yang seolah-olah nyata, dikarenakan pengunjung bisa saling berinteraksi dengan pengunjung lainnya, namun pada dasarnya dunia tersebut hanya ada di dalam internet. Salah satu contoh yang cukup popular dari dunia virtual adalah situs *game on-line*. Pengunjung dapat berinteraksi dan berjuang bersama dengan pengunjung lain atau dapat juga bersaing dengan pengunjung lain.

e. *Wikis*

merupakan sebuah situs yang menyediakan suatu sarana ketika pengunjung yang telah diterima sebagai pengguna (*users*) resmi dapat mengganti atau menambah konten yang ada dalam situs dengan sumber yang lebih baik. Wikipedia merupakan salah satu contoh dari situs.

f. Jejaring Sosial (*social networks*),

Adalah komunitas virtual yang memungkinkan pengguna (*users*) untuk berkoneksi dengan pengguna (*users*) yang lainnya. Beberapa situs jejaring sosial

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dibuat untuk memperluas jaringan kelompok(contohnya *Facebook*), sementara yang lainnya dibuat berdasarkan wilayah tertentu saja (contohnya *Linkedln*).

Sebagai bagian dari sosial media, jejaring sosial menjadi merupakan jenis sosial media yang populer digunakan masyarakat umum pada saat ini. Hal tersebut terbukti dengan banyaknya pengguna sosial media jenis jejaring sosial seperti aplikasi *chatting* berupa *BlackBerryMesenger, Line Messenger* dan *WhatsApp Messenger.*

2. Aplikasi *Chatting*

Menurut Buyens (2001) aplikasi adalah satu unit perangkat lunak yang dibuat untuk melayani kebutuhan akan beberapa aktivitas. Misalnya termasuk perangkat lunak perusahaan, *software* akuntansi, perkantoran, grafis perangkat lunak dan pemutar media. Menurut Ismal & Mansyur (dalam Kasih & Yasin, 2016) *Chatting* adalah suatu *feature* atau suatu program di Internet untuk berkomunikasi langsung sesama pengguna internet yang sedang online yang sedang sama-sama menggunakan Internet. Komunikasi ini dapat berupa teks (*text chat*) ataupun suara *voice chat*. Atau definisi *chatting* adalah suatu pesan instant ataupun *instant messaging* di sebuah teknologi jaringan komputer yang mengijinkan pemakainya untuk mengirimkan pesan ke pengguna lain yang tersambung dalam sebuah jaringan komputer ataupun internet.

Menurut komunitas *Tech in* Asia Indonesia (situs survey teknologi) (dalam Febrianti, 2017). Terdapat tiga jenis aplikasi *chatting* terpopuler

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yaitu aplikasi *chatting Line* karena memiliki fitur stiker serta *Line games* yang ramai dimainkan oleh para *gamer*, tetapi dengan adanya fitur *Line games* tersebut muncul pesan – pesan *invitation* yang membuat para penggunanya merasa terganggu. *Whatsapp* merupakan aplikasi *chatting* yang paling banyak digunakan dengan alasan utamanya ringan, mudah digunakan serta tidak membutuhkan koneksi data yang kuat, tetapi pengguna *Whatsapp* mengeluhkan tidak adanya stiker – stiker yang lucu seperti *Line* yang membuat aktivitas *chatting* menjadi menarik dan lebih menyenangkan. *BBM* merupakan aplikasi *chatting* pertama yang terdapat di *smartphone*, yang membuat para penggunanya tidak ingin beralih ke aplikasi *chatting* lain dengan alasan sudah terbiasa menggunakan *BBM,* masalahnya untuk menambahkan teman tidak dapat dilakukan secara otomatis tetapi harus ditambahkan dengan menggunakan PIN dan sensor *barcode.*

Adapun aplikasi *chatting* yang termasuk dalam jejaring sosial yang masih populer dimasyarakat saat ini berupa *BlackBerryMessenger, Line Messenger, dan WhatsApp Messenger*.

a. BlackBerryMessenger

BlackBerryMessenger merupakan aplikasi pesan instan aman yang unik ke sesama pengguna *Blackberry Messenger* dengan menggunakan PIN (*Personal Identification Number*). Pada saat pertama kali dirilis aplikasi ini hanya dapat digunakan oleh sesama pengguna *BlackBerry*, namun seiring perkembangannya, aplikasi ini

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tidak hanya dapat digunakan pada *handphone* dengan merek *BlackBerry*, akan tetapi sudah dapat digunakan pada *handphone* dengan merek lain yang berbasis *android, iOS*, dan *windows phone* bahkan pada saat ini pihak *BlackBerry* telah meluncurkan aplikasi *BlackBerry Messenger* untuk versi PC (*Personal Computer*).

b. *Line Messenger*

Line adalah aplikasi pesan instan (*instant messaging*) untuk s*martphone* dan PC (*Personal Computer*). Selain untuk melakukan kirim pesan teks, *line* juga bisa mengirim gambar, video, pesan suara dan melakukan panggilan suara secara gratis. *Line* diluncurkan pada tanggal 23 Juni 2011 oleh NHN Jepang setelah gempa Tohoku. NHN Jepang menyadari betapa nyaman sistem komunikasi rusak itu dan menemukan bahwa layanan data akan bekerja dan lebih efisien. Mereka memutuskan untuk merancang sebuah aplikasi yang dapat diakses oleh s*martphone*, tablet dan dekstop yang bekerja pada jaringan internet dan akan layanan ini secara gratis dapat digunakan, bahkan untuk melakukan telepon. (dalam Fitrianur, 2016).

c. *WhatsApp Messenger*

WhatsApp Messenger adalah aplikasi pesan berbasis pesan untuk *smartphone* dengan *basic* mirip *Blackberry Messenger. WhatsApp Massanger* merupakan aplikasi pesan lintas platform yang memungkinkan penggunanya untuk bertukar pesan tanpa biaya SMS *(Short Message Sending)*, karena *WhatsApp Massanger* menggunakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

paket data internet yang sama untuk e*mail*, *browsing web*, dan lain-lain. Dalam aplikasi *whatsApp* terdapat dua jenis media yang dapat digunakan untuk penyebaran informasi secara cepat yaitu *broadcast* dan grup. *WhatsApp* berasal dari kalimat "*what's up*" yang biasa dipakai untuk menanyakan kabar. Melalui laman resmi *WhatsApp* dalam Suryani (2017) didefinisikan sebagai layanan pesan yang menggunakan sambungan internet ponsel pengguna untuk *chatting* dengan pengguna *WhatsApp* lainnya.

Berdasarkan pemaparan tersebut dapat disimpulkan jika aplikasi *chatting* adalah saluran komunikasi berupa tekstual atau *non*-tekstual yang digunakan oleh masyarakat melalui perangkat lunak dalam jaringan internet yang juga termasuk dalam bagian sosial media.

Pada penelitian ini, peneliti akan lebih memfokuskan pada sosial media jenis jejaring sosial yang berupa aplikasi *chatting* seperti *WhatsApp, Line Messenger* dan *BlackBerryMessenger* yang sering digunakan oleh masyarakat saat ini dalam menjalin komunikasi kesehariannya.

3. Pengertian *Broadcast Message*

Menurut bahasa *broadcast message* berarti pesan siaran. Siaran berasal dari kata siar yang mempunyai makna menyebarluaskan informasi melalui pemancar. Kata siar ditambah akhiran *"an"* membentuk kata benda yang memiliki makna apa yang disiarkan. Wahyudi (1994). Siaran adalah penyampaian informasi atau pesan dan yang lainnya melalui media massa, menurut UU penyiaran (dalam Budhijanto, 2010). *Broadcast* atau

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

siaran dapat diartikan sebagai pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat siaran. Nikko (2015) mendefinisikan *broadcast* sebagai suatu metode pengiriman data yang dikirim kebanyak data sekaligus, tanpa melakukan pemeriksaan atau pengecekan tentang titik tersebut siap atau tidak, ataupun tanpa memperhatikan data tersebut sampai atau tidak.

Berdasarkan pemaparan definisi diatas dapat disimpulkan jika *broadcast message* di sosial media adalah serangkaian pesan yang bersumber dari satu sumber yang dikirim ke beberapa penerima atau banyak penerima secara sekaligus berupa tekstual atau *non*-tekstual yang tersebar atau proses pengiriman dan penerimaannya melalui seperangkat sosial media yang telah ada saat ini.

Pada penelitian ini definisi *broadcast message* di fokuskan pada salah satu pemanfaatan fitur yang tersedia dalam aplikasi *chatting (WhatsApp, Line messenger* dan juga *BlackBerryMessengge*r) untuk mengirim pesan dengan suatu tujuan tertentu pada orang banyak secara sekaligus tanpa harus melakukan pengiriman pada satu persatu penerima.

Broadcast message sebagai bagian dari proses komunikasi memiliki fungsi tertentu dalam tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Menurut Widjaja & Wahab (dalam Sobur, 2004) menyatakan bahwa pesan atau *message* memiliki tiga fungsi untuk dapat disampaikan pada komunikan atau juga disebut sebagai penerima pesan. Seperti :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Persuasif, pesan dapat memberikan perubahan pada sikap seseorang melalui suatu himbauan atau ajakan
b. Informasi, adanya suatu pesan dapat memberikan suatu pengetahuan pada seseorang sehingga orang tersebut dapat melakukan pengambilan keputusan akan suatu hal berdasarkan dari pengetahuan yang telah didapat dari pesan tersebut.
c. Koersif, suatu pesan yang dapat membuat komunikator mencapai tujuannya yang diharapkan karena adanya unsur-unsur perintah atau instruksi pada pesan tersebut.

4. Jenis *Broadcast Message* di Sosial Media

Broadcast message sebagai salah satu sarana dalam berkomunikasi dengan banyak orang tentu memiliki suatu tujuan tertentu pada orang-orang yang menerima broadcast message tersebut. Konten atau isi dari *broadcast message* tentunya harus disesuaikan dengan tujuan yang ingin dicapainya dalam melakukan *broadcast message*. Menurut UU No. 32/22 tentang penyiaran (dalam Djamal & Fachruddin, 2011) format siaran dapat diklasifikasikan sebagai :

a. Media penyiaran pendidikan, dalam hal ini meliputi bidang olahraga, tata boga, dan tata busana. Disamping itu terdapat topik ilmu pengetahuan teknologi, kebudayaan dan juga kewilayahan.
b. Media penyiaran berita, pada klasifikasi ini terdapat bidang yang mengulas mengenai berbagai kegiatan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ekonomi/politik, dan penyampaian suatu kejadian berita terbaru.

c. Media penyiaran hiburan, terdapat berbagai macam bentuk *entertainment,* seperti musik, video, foto dan berbgai hal yang sifatnya menghibur.

d. Media penyiaran umum, berkaitan dengan segala hal yang memungkinkan untuk disiarkan.

Pendapat lain diungkapkan oleh Rusni & Lubis (2015) yang menyatakan jenis isi pesan di sosial media menjadi tiga bagian, yaitu :

1. Pesan pendidikan, proses pertukaran pesan seperti tugas kuliah atau tugas sekolah. Seseorang dapat mengirimkan data berupa *file* pada orang lain
2. Pesan Informasi, menyajikan suatu proses pertukaran pesan yang digunakan untuk mengetahui berita terkini
3. Pesan hiburan, adanya berbagai fitur yang tersedia memungkin sesorang untuk melakukan proses pertukaran berupa gambar, video, lagu yang sifatnya menghibur.

5. Cara melakukan *Broadcast Message* di Sosial Media

Broadcast message sebagai salah satu fitur yang tersedia pada aplikasi *chatting* memiliki cara yang berbeda-beda dalam menjalankan fitur tersebut. Seperti, pada beberapa aplikasi berikut dan langkah untuk melakukan *broadcast message* :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. *Broadcast message* di *BlackBerryMessenger*

Dari menu utama, cari aplikasi yang bernama "*BlackBerryMessenger*". Setelah masuk ke dalam *BBM* atau *BlackBerryMessenger* lalu pilih tombol pilihan yang terletak disebelah pojok kanan bawah (bergambar tiga titik vertikal). Carilah menu bernama "*Broadcast Message*" lalu pilih menu tersebut. Masukkan kontak yang anda ingin kirim *Broadcast Message* pada kolom "To:" tambahkan kontak dengan cara memilih tombol "+" yang terdapat di sebelah kanan kolom "To:" . Pilih kontak teman satu persatu atau dapat memilih langsung semua dengan menggunakan menu "*Select All*" yang terdapat di bagian paling bawah. Setelah memilih kontak yang diinginkan, masukkan pesan *Broadcast Message* anda ke dalam kolom dibawahnya. Lalu pilih "*Send*" atau kirim untuk mulai mengirimkan pesan *Broadcast Message*. Maka pesan yang ingin disebarkan pun akan terkirim ke semua kontak yang telah anda pilih.

b. *Broadcast Message* di *Line Messenger*

Langkah awal untuk memulai *broadcast message* pada aplikasi pesan instan *line* dapat dilakukan dengan cara membuka aplikasi *Line Messenger* terlebih dahulu, setelah itu pilih opsi yang bernama kelola pada bagian pojok kanan atas. Kemudian klik atau tekan “siaran” pada bagian kelola. Langkah kedua klik atau tekan “tulis pesan baru” untuk memasukkan pesan, klik “dijadwalkan”

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jika ingin mengatur waktu siaran, klik "posting ke beranda" jika ingin *post* ke beranda secara bersamaan. Setelah memasukkan pesan yang akan di *broadcast* kemudian klik beberapa atau seluruh kontak yang ada setelah itu pilih "kirim" untuk melakukan *Broadcast message* di *Line Messenger*.

c. *Broadcast Message* di *WhatsApp Messenger*

Pada aplikasi *WhatsApp* fitur *Broadcast Message* dapat dilakukan dengan cara masuk di aplikasi *WhatsApp* setelah itu pilih titik tiga yang terdapat dipojok kanan atas. Setelah itu, pilih siaran baru, langkah selanjutnya pilih beberapa atau seluruh kontak yang ada. Kemudian, tulis atau *copy paste* pesan yang akan disebarkan. Dan terakhir kirim pesan tersebut.

***6.* Penerima *broadcast message* di sosial media**

Salah satu komponen penting dalam membahas *broadcast message* di sosial media adalah penerima pesan atau *receiver*. Hine (dalam Nasrullah, 2016) membagi tipe khalayak di media menjadi :

a. *Web surver,* pengguna media yang menggunjungi grup diskusi di internet berdasarkan pada topik yang dibutuhkan atau dianggap menarik.

b. *Active newagroup participants,* kelompok masyarakat pengguna media ini aktif mengikuti grup diskusi yang ada di internet dan memiliki interaksi antar sesama penggunjung.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. *Lurkers,* pada grup diskusi di internet posisi pengintai (*lurkers*) hanya sekedar melihat satu, dua isi yang dipublikasi tanpa meninggalkan jejak atau respon terhadap isi tersebut.

Menurut Nimmo (dalam Arifin, 2010) mengklasifikasikan khalayak sebagai penerima pesan menjadi empat :

a. Tipe rasional, individu yang selalu dapat mengambil keputusan bila dihadapkan pada sejumlah opsi dengan memilih opsi secara sadar dan menyusun opsi-opsi secara transitif.
b. Tipe reaktif, individu yang menjadikan sumber informasi karena adanya suatu keterikatan emosional
c. Tipe responsif, individu yang mudah berubah dengan mengikuti waktu, peristiwa dan kondisi sesaat.
d. Tipe aktif, individu yang terlibat aktif menafsirkan perisitiwa, isu dan personalitas, dengan menetapkan dan menyusun maupun menerima serangkaian pilihan yang dihadapkan padanya.

Pada penelitian ini yang dimaksud dengan penerima pesan merupakan seorang individu pengguna sosial media yang menerima pesan berantai atau *broadcast message* yang ada di sosial media.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. *Compliance* politik

1. Pengertian *Compliance*

Compliance adalah suatu proses untuk membuat orang lain mau melakukan suatu permintaan meskipun sebetulnya kurang setuju. *Compliance* merupakan salah satu bentuk dari pengaruh sosial yang merupakan usaha seseorang atau lebih untuk mengubah sikap, keyakinan, persepsi atau tingkah laku orang lain. Menurut Harmaini (2016) menyebutkan bahwa *compliance* adalah konformitas ketika individu tidak setuju dengan perilaku atau sikap kelompok sehingga perilaku atau sikap tersebut dilakukan dengan tidak tulus. Sedangkan, definisi lain dari *compliance* adalah melakukan apa-apa yang diminta orang lain, walau mungkin kita tidak suka.

Menurut Sarlito & Eko (2015) sering kali perilaku kita dipengaruhi oleh permintaan langsung orang lain. Ciri utama dari *compliance* adalah kemauan merespons permintaan orang lain atau kelompok lain. *Compliance* menurut Chaplin (2002) mendefinisikan sebagai pemenuhan, mengalah dengan kerelaan, menyerah, mengalah membuat suatu keinginan sesuai dengan harapan orang lain. Definisi lain yang menjelaskan tentang *compliance* adalah suatu kecenderungan orang mau dipengaruhi oleh komunikasi persuasif dari orang yang berpengetahuan luas atau orang yang disukai, berupa tindakan yang dilakukan dengan senang hati karena percaya terhadap tekanan atau norma sosial dalam kelompok atau masyarakat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Baron & Byrne (2005) *compliance* adalah suatu bentuk pengaruh sosial dimana seseorang dipaksa untuk menyetujui kesepakatan atau permintaan yang ada meskipun dia tidak sepenuhnya menyetujuinya. Perilaku *compliance* disebut sebagai pembujuk yang ulung karena mampu membuat orang lain yang menjadi targetnya untuk setuju atas kesepakatan yang ditawarkan. Kulsum & Jauhar (2014). *Compliance* merupakan salah satu konstruk psikologi yang paling banyak dipelajari dalam psikologi sosial.

Jadi dapat disimpulkan bahwa *compliance* politik adalah suatu bentuk pengaruh sosial yang berupaya untuk membuat orang lain setuju atau sepakat akan suatu kegiatan perpolitik. Seperti misalnya, ketika seorang tokoh politisi atau kelompok politisi tertentu yang menunjukkan atau menampilkan tentang prestasi yang telah diraihnya selama menjabat pada masa periode tertentu dengan maksud agar tokoh tersebut atau golongannya terpilih kembali oleh masyarakat pada masa pemilihan. Kegiatan politik tersebut merupakan upaya untuk mempengaruhi orang lain atau masyarakat dengan menampilkan citra diri positif yang ingin untuk disetuju atau disepakati orang lain sehingga tokoh atau golongannya akan dianggap sukses selama menjabat pada periodenya kemudian dengan harapan agar tokoh atau golongannya tersebut dapat terpilih kembali pada pemilihan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Prinsip Dasar *Compliance*

Menurut Cialdini (dalam Baron & Byrne, 2005) menyatakan bahwa meskipun teknik-teknik *compliance* memiliki banyak wujud. Namun, semua itu didasarkan pada derajat tertentu dari enam prinsip dasar (timbal balik, komitmen atau konsistensi, pembuktian sosial, rasa suka, otoritas, dan kelangkaan). Prinsip-prinsip dasar tersebut membawahi berbagai teknik yang digunakan untuk memperoleh kesepakatan dari orang lain.

a. Timbal balik

Pada umumnya orang lebih bersedia untuk memenuhi permintaan dari orang yang sebelumnya pernah atau telah memberikan bantuan atau kemudahan bagi daripada menuruti seseorang yang tidak pernah melakukanya. Dengan kata lain, orang merasa harus membayar apa yang telah dilakukan orang lain sebelumnya. Kebutuhan untuk saling memberi dan menerima telah menembus perbedaan kultural, jarak, selera, dan keinginan pribadi. Ringkasnya, meskipun ada banyak rintangan, kewajiban untuk membalas akan selalu muncul dan menang.

Komunitas manusia memang mendapat keuntungan dari prinsip timbal balik tersebut, dan konsekuensinya, anggota komunitas manusia tersebut dilatih untuk mematuhi aturan juga mengetahui sanksi sosial yang akan berlaku apabila melanggarnya. Berbagai penyebutan negatif cenderung akan melekat pada individu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang mendapatkan sanksi sosial tersebut. Seperti, tidak tahu berterima kasih, yang menjilat ludah sendiri, dan lain sebagainya. Ketidaksukaan umum terhadap individu yang mau menerima tapi tidak mau membalas, biasanya tidak ingin dianggap salah seorang dari komunitas tersebut. Posisi itulah yang biasanya membuat seseorang merasa berhutang dan merasa harus untuk memenuhi permintaan orang lain.

b. Komitmen atau konsistensi

Ketika seseorang telah berkomitmen terhadap suatu kedudukan atau tindakan, orang akan lebih bersedia untuk memenuhi permintaan mengenai tingkah laku yang konsisten dengan posisi atau tindakan tersebut daripada permintaan yang tidak konsisten dengan posisi atau tindakan tersebut. Pada kultur masyarakat perilaku orang yang ucapannya, keyakinannya, dan janjinya saling bertentangan akan dianggap sebagai orang yang tidak mampu, binggung, bermuka dua, bahkan sakit jiwa. Sebaliknya, orang yang memiliki konsistensi tinggi sering kali diasosiasikan dengan kekuatan personal dan intelektual. (Cialdini, 2005).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Pembuktian sosial

Umumnya orang akan lebih bersedia dalam memenuhi permintaan untuk melakukan beberapa tindakan jika tindakan tersebut konsisten dengan apa yang dipercaya untuk dilakukan atau dipikirkan oleh orang lain yang mirip dengannya. Orang ingin menjadi benar, dan salah satu caranya adalah dengan bertindak dan berpikir seperti orang lain. Orang mempunyai kecenderungan untuk menganggap bahwa aksi patut dilakukan karena orang lain juga melakukannya.

Sebagai bagian dari dari masyarakat individu mempunyai anggapan jika bertindak atau melakukan suatu hal yang sesuai dengan arus sosial maka kesalahan yang diakibatkan oleh individu tersebut akan menjadi semakin sedikit ketimbang jika individu tersebut melawan arus. Pada beberapa kasus biasanya jika terdapat banyak orang yang melakukan sesuatu, maka sesuatu tersebut tampaknya menjadi sesuatu yang benar untuk dilakukan.

d. Rasa suka

Seseorang memiliki kecenderungan untuk lebih bersedia memenuhi permintaan dari seorang teman atau orang-orang yang disukai dibandingkan memenuhi permintaan orang asing yang tidak disukai. Namun, pada prinsip dasar ini juga telah banyak digunakan oleh orang yang benar-benar asing bagi individu untuk mendapatkan persetujuan atas permintaannya dengan cara membuat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

individu tersebut menyukai telebih dulu orang yang akan melakukan permintaan atasnya. (Cialdini, 2005).

Untuk melancarkan tujuannya agar permintaan yang diajukan pada orang lain dapat sesuai. Individu menggunakan beberapa macam cara agar secara terus-menerus dapat menimbulkan rasa suka. Seperti, terdapat suatu daya tarik fisik, adanya suatu kemiripan, pemberian suatu pujian, kontak dan kerja sama, dan adanya pengkondisian dan asosiasi.

e. Otoritas

Pada prinsip ini menyatakan bahwa orang akan lebih bersedia untuk memenuhi permintaan dari seseorang yang memiliki kekuasaan yang sah atau seseorang yang tampaknya memiliki kekuasaan semacam itu. Ketika kepatuhan pada kekuasaan adalah sesuatu yang sangat dihargai, maka orang akan dengan mudah membiarkan dirinya hanyut dalam kepatuhan otomatis. Imbalan dan hukuman yang terus menerus dari kepatuhan buta tersebut merupakan karakter mekanik. Untuk itu orang merasa tidak perlu berpikir untuk melakukannya atau tidak. Untuk lebih menguatkan prinsip dasar ini Cialdini (2005) menyebutkan beberapa faktor yang dapat digunakan.

Seperti, adanya konotasi bukan konten (orang lebih rapuh pada simbol daripada substansinya), titel (adanya titel bukan saja membuat lawan bicaranya lebih akomodatif tapi juga dapat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

membuat pembicara tampak lebih tinggi), pakaian (penelitian Bickman (dalam Cialdini, 2005) memberikan indikasi betapa sulitnya sulitnya untuk bertahan terhadap permintaan figur yang menggenakan pakaian otoritas) , dan perhiasan (model yang bagus dan bahan yang mahal dapat memunculkan aura status sosial dan posisi, tipe otoritas ini lebih umum digunakan dengan tujuan dekoratif).

f. Kelangkaan

Suatu keterbatasan akan ketersediaannya akan membuat seseorang untuk menghargai dan berusaha untuk mempertahankan hasil atau objek yang langka karena ketersediaannya akan terus berkurang. Sebagai akibatnya, orang akan lebih mungkin untuk memenuhi permintaan yang berpusat pada kelangkaan daripada terhadap permintaan yang sama sekali tidak terkait dengan isu teresebut. Ide berkenaan dengan potensi kehilangan memainkan peran besar dalam pengambilan keputusan manusia. Bahkan, orang-orang cenderung lebih termotivasi dengan pikiran akan kehilangan sesuatu daripada untuk mendapatkan sesuatu.

Prinsip dasar ini dapat berjalan efektif jika menerapkan faktor pendukungnya. Seperti, *reaktansi* psikologi (terdapat dua sumber kekuatan dalam teori ini. Pertama kedalaman pengetahuan dan kedua orang cenderung memiliki hasrat untuk mempertahankan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hak prerogatif yang dimiliki), dan kondisi optimal (prinsip kelangkaan menjadi lebih efektif pada waktu-waktu tertentu).

3. Teknik *compliance*

Suatu usaha yang dilakukan untuk membuat orang lain mau memenuhi permintaan langsung atau menyetujui suatu kesepakatan yang dibuat tentu bukan hal yang mudah untuk dilakukan perlu adanya suatu teknik tertentu yang bisa digunakkan untuk membuat orang lain setuju akan kesepakatan yang telah dibuat.

Seperti dalam Cialdini (2005) yang merumuskan berbagai macam teknik yang bisa digunakan untuk membuat orang lain mau memenuhi permintaan yang dibuat.

a. Teknik *Ingratiation*

Merupakan suatu teknik yang berdasarkan pada prinsip pertemanan atau rasa suka. Teknik ini digunakan untuk memperoleh kesepakatan melalui membuat orang yang dijadikan target sasaran menyukai orang tersebut terlebih dahulu, kemudian berusaha untuk mengubah tingkah laku sesuai dengan yang diinginkan.

Menurut Gordon (dalam Baron & Byrne, 2005) menyatakan bahwa rayuan atau pujian tidak perlu berfokus pada penerima untuk berhasil.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Rayuan juga dapat berisi pujian-pujian pada orang yang dekat dengan penerima.

b. Teknik *foot in the door* dan teknik *lowball*

Teknik yang berdasarkan pada prinsip konsistensi atau komitmen. Ketika seseorang mengatakan ya pada permintaan kecil, orang tersebut lebih cenderung untuk mengatakan ya juga pada permintaan yang lebih besar, karena menolak permintaan tersebut akan menjadikannya tidak konsisten dengan tingkah laku orang tersebut yang sebelumnya.

Teknik *foot in the door* adalah suatu prosedur untuk membuat atau memperoleh kesepakatan yang dimulai dari permintaan kecil yang disetujui, kemudian meningkat pada permintaan lebih besar yang menjadi tujuan awal yang sebenarnya.

c. Teknik *lowball*

Suatu teknik yang dapat digunakan untuk dapat memperoleh kesepakatan melalui penawaran atau persetujuan diubah (menjadi lebih tidak menarik) setelah orang yang menjadi targetnya menerimanya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Cialdini (dalam Baron & Byrne, 2005) menyatakan bahwa komitmen awal membuat individu menjadi lebih sulit untuk mengatakan tidak, meskipun kondisi yang membuat individu tersebut telah berubah.

d. Teknik *door in the face*

Teknik yang dilakukan seseorang untuk memperoleh suatu kesepakatan melalui sebuah permintaan yang sangat besar dan kemudian ditolak, ketika permintaan ini ditolak orang tersebut akan mundur pada permintaan yang lebih kecil dari pada sebelumnya yang memang permintaan teresebut yang diinginkan. Teknik ini menerapkan prinsip timbal balik yang membuat target merasa harus membayar perbuatan baik yang telah mereka lakukan.

e. Teknik *that's not all*

Termasuk teknik *compliance* yang berdasarkan pada prinsip timbal balik. Teknik ini menawarkan keuntungan tambahan pada orang-orang yang menjadi target sasaran, sebelum memutuskan untuk menuruti atau menolak permintaan spesifik yang diajukan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

f. Teknik jual mahal atau *playing hard to get*

Merupakan prosedure yang dilakukan untuk memperoleh kesepakatan melalui pemberian kesan jika seorang atau suatu objek adalah langka dan sulit didapatkan. Hal ini kemudian yang dapat memicu target menjadi mengeluarkan usaha atau perhatian lebih pada permintaan yang diajukan tersebut.

g. Teknik *approaching deadline*

Prosedure keterkaitan yang beredasarkan pada prinsip kelangkaan. Teknik ini digunakan untuk meningkatkan kesepakatan dengan cara memberitahu pada target jika memiliki waktu terbatas untuk mengambil keuntungan dari beberapa tawaran atau mendapatkan barang.

4. Proses *Compliance* Politik Penerima *Broadcast Message* di Sosial Media

Sosial media adalah suatu jaringan berbasis internet yang menghubungkan banyak orang sekaligus tanpa harus melakukan tatap muka secara langsung. Menurut Putra (dalam Budiyono, 2016) menyatakan bahwa sosial media merupakan media *online* yang mendukung interaksi sosial. Implementasinya, media sosial menggunakan teknologi berbasis *web* yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Definisi lain disebutkan oleh Zarella (2010)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang menjelaskan bahwa sosial media merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi perkembangan *web* baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara o*nline*, sehingga dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri.

Boyd (dalam Nasrullah, 2015) Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) di mana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa. Karjaluoto (2008) menyatakan pada sosial media terdapat jejaring sosial yang melingkupi komunitas virtual yang memungkinkan pengguna (*users*) untuk berkoneksi dengan pengguna (*users*) yang lainnya. Beberapa situs jejaring sosial dibuat untuk memperluas jaringan kelompok. Contohnya *BlackBerryMessenger, Line Messenger* dan *WhatsApp Messenger*. sementara yang lainnya dibuat berdasarkan wilayah tertentu saja (contohnya Linkedln). Sebagai salah satu cara untuk mempermudah orang dalam komunikasi pada aplikasi *chatting* tersebut terdapaat fitur yang disebut *broadcast message*.

Nikko (2015) mendefinisikan *broadcast* sebagai suatu metode pengiriman data yang dikirim kebanyak data sekaligus, tanpa melakukan pemeriksaan atau pengecekan tentang titik tersebut siap atau tidak, ataupun tanpa memperhatikan data tersebut sampai atau tidak.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Broadcast message adalah serangkaian pesan yang bersumber dari satu sumber yang dikirim ke beberapa penerima atau banyak penerima secara sekaligus berupa tekstual atau *non*-tekstual yang tersebar atau proses pengiriman dan penerimaannya melalui seperangkat sosial media yang telah ada saat ini. Rusni & Lubis (2015) membagi isi pesan yang ada di sosial media menjadi tiga bagian. Pertama pesan yang mengandung unsur pendidikan, kedua pesan yang mengandung informasi, dan ketiga pesan yang mengandung unsur hiburan.

Pada penyebaran atau penyiaran pesan yang dilakukan di sosial media tentu terdapat sasaran dari pesan atau penerimanya. Penerima *broadcast message* di sosial media juga dijelaskan oleh Nimmo (dalam Arifin, 2010) terdapat empat tipe khalayak dalam menerima pesan. Seperti, tipe rasional, tipe reaktif, tipe responsif, dan tipe aktif. penerima pesan akan menampilkan repon yang berbeda-beda dalam menanggapi suatu pesan yang diterimanya. Oleh karena itu, diperlukan suatu bentuk pengaruh sosial yang dapat membuat penerima pesan sepakat atau terpengaruh akan pesan yang diterima meskipun penerima tersebut tidak sepenuhnya menyukainya pesan tersebut.

Baron & Byrne (2005) *compliance* adalah suatu bentuk pengaruh sosial dimana seseorang dipaksa untuk menyetujui kesepakatan atau permintaan yang ada meskipun dia tidak sepenuhnya menyetujuinya. *Compliance* menurut Chaplin (2002) mendefinisikan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagai pemenuhan, mengalah dengan kerelaan, menyerah, mengalah membuat suatu keinginan sesuai dengan harapan orang lain. Definisi lain yang menjelaskan tentang *compliance* adalah suatu kecenderungan orang mau dipengaruhi oleh komunikasi persuasif dari orang yang berpengetahuan luas atau orang yang disukai, berupa tindakan yang dilakukan dengan senang hati karena percaya terhadap tekanan atau norma sosial dalam kelompok atau masyaraka.

Menurut Cialdini (dalam Baron & Byrne, 2005) menyatakan bahwa meskipun teknik-teknik *compliance* memiliki banyak wujud. Namun, semua itu didasarkan pada derajat tertentu dari enam prinsip dasar. Seperti, timbal balik, komitmen atau konsistensi, pembuktian sosial, rasa suka, otoritas, dan kelangkaan.

Guadagno (2013) melakukan penelitian mengenai *compliance* bahwa prinsip validasi sosial (pembuktian sosial) juga berpengaruh dalam konteks berbasis teks *online*. Grant (2010) menemukan bahwa pujian merupakan cara yang efektif untuk membuat orang patuh tapi tentu karena adanya alasan yang diharapkan. Petrova (2007) meneliti prinsip *compliance* tentang konsistensi dari berbagai latarbelakang budaya dan menemukan bahwa budaya individualistik lebih konsisten jika dibandingkan dengan budaya kolektivistik.

Suatu usaha yang dilakukan untuk membuat orang lain mau memenuhi permintaan langsung atau menyetujui suatu kesepakatan yang dibuat tentu bukan hal yang mudah untuk dilakukan perlu adanya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

suatu teknik tertentu yang bisa digunakkan untuk membuat orang lain setuju akan kesepakatan yang telah dibuat. Seperti dalam Cialdini (2005) yang merumuskan Teknik *Ingratiation* , Teknik *foot in the door* dan teknik *lowball*, Teknik *lowball,* Teknik *door in the face,* Teknik *that's not all,* Teknik jual mahal atau *playing hard to get*, dan Teknik *approaching deadline*.

Munculnya *compliance* pada setiap individu tidak terlepas melalui keberagaman budaya dalam mengembangkan bentuk informasi yang memberitahu jika sebuah permintaan dapat menjadi benar dan menguntungkan. Manusia cenderung berespons secara otomatis terhadap permintaan orang lain. Artinya, manusia memiliki pola tingkah laku yang otomatis dipicu oleh adanya satu bentuk informasi yang relevan dalam situasi tertentu. Informasi tersebut memicu individu untuk mengambil tindakan tanpa menganalisis seluruh informasi yang ada dengan hati-hati. (Cialdini (dalam Sarlito & Eko, 2015)).

5. Perspektif Teori

Mulawarman & Nurfitri (2017) mengungkapkan bahwa sosial media adalah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial. Schottmuller (dalam Susanto, 2017) menyatakan bahwa sosial media esensinya sebagai saluran komunikasi, atau alat yang digunakan untuk menyimpan, mengakumulasikan, berbagi, berdiskusi atau menyampaikan informasi dalam komunitas *online.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada sosial media terdapat situs jejaring sosial yang merupakan suatu aplikasi yang mengizinkan *user* untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa seperti foto-foto. Contoh aplikasi pada sosial media seperti *WhatsApp, BlackBerryMessanger, line messenger,* dan *Facebook*. (Kaplan & Heinleaan, 2010). Berbagai macam fitur tersedia salah satunya *broadcast message.*

Menurut UU penyiaran (dalam Budhijanto, 2010). *Broadcast* atau siaran dapat diartikan sebagai pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat siaran. Jadi *broadcast message* adalah serangkaian pesan yang bersumber dari satu sumber yang dikirim ke beberapa penerima atau banyak penerima secara sekaligus berupa tekstual atau *non*-tekstual yang tersebar atau proses pengiriman dan penerimaannya melalui seperangkat sosial media yang telah ada saat ini.

Pada tahun politik menjelang pilkada dan pemilu *broadcast message* sering kali di manfaatkan oleh para politisi atau partai politik sebagai salah satu cara untuk menunjukkan eksistensi mereka pada masyarakat luas. Berkaca pada saat *Car Free Day* di Bundaran HI pada 29 April 2018. Detik News memberitakan terjadi suatu tindak intimidasi yang dilakukan oleh salah satu kelompok pendukung tokoh

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

politisi pada seorang ibu dan anaknya yang menjadi simpatisan pendukung tokoh politisi yang berbeda kubu karena sama-sama menerima pesan berantai atau *broadcast message* dari sosial media. Sebagai pesan siaran yang ditujukan pada banyak orang, *Broadcast message* di media sosial juga merupakan salah satu bentuk pengaruh sosial yang meliputi permintaan dari sesorang kepada orang lain.

Menurut Taylor et.al. (2009) *compliance* adalah melakukan apa-apa saja yang diminta orang lain, walaupun mungkin kita tidak suka. Pengaruh sosial dengan bentuk *compliance* misalnya. Ketika seorang teman memohon agar di pinjamkan uang, ketika pramuniaga menawarkan barangnya, perilaku calon anggota legislatif meminta agar dipilih ketika pemilu, permintaan sang pacar untuk dijemput, *rengekan* anak saat meminta ijin pergi ke suatu tempat atau saat meminta uang pada orang tua. Permintaan-permintaan ini mengharuskan memilih dua hal, menolak atau mengiyakannya. (Sarlito & Eko, 2015). Dengan demikian penerapan teori *compliance* dalam mempengaruhi masyarakat di sosial media melalui *broadcast message* mempunyai eksistensi yang cukup besar di era pertumbuhan teknologi informasi yang sekarang.

Kajian teoritis tentang gambaran proses *compliance* politik penerima *broadcast message* di sosial media menunjukkan bahwa sosial media melalui broadcast message juga digunakan oleh para politikus dan kelompoknya untuk mempengaruhi masyarakat yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menerima *broadcast message* tersebut dengan tujuan agar dapat mengambil simpati masyarakat pada pemilihan yang akan datang.

Berdasarkan uraian perspektif teori tersebut peneliti berusaha untuk mengungkap gambaran proses *compliance* politik penerima *broadcast message* di sosial media sebagai upaya untuk edukasi dalam menyikapi berbagai pemberitaan politik yang bertebaran di sosial media khususnya melalui *broadcast message* agar tindak intimidasi pada ibu dan anak yang terjadi di bundaran HI beberapa saat yang lalu tidak terulang kembali.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah proses *compliance* politik penerima *broadcast message* di sosial media. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Bogdan & Taylor (dalam Moleong, 2009) mendefinisikan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dari individu tersebut secara *holistik* (utuh). Menurut Masyhuri & Zainuddin (2008) Dasar teoritis yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini adalah fenomenologis. Strategi fenomenalogis dipilih karena pendekatan ini berusaha memahami subjek dari segi pandangan mereka sendiri.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dalam penelitian ini dilaksanakan di kediaman informan yakni di rumah informan pertama (P) yang berdomisili di Mengganti, Gresik , informan kedua berinisial (H) yang berdomisili di Tambaksari, Surabaya dan informan ketiga (D) yang berdomisili di Gedangan, Sidoarjo. Adapun alasan pemilihan tempat akan disesuaikan dengan kesepakatan yang dibuat sebelumnya antara informan dan peneliti.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Sumber Data

Menurut Lofland & Lofland (dalam Moelong, 2009) sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Terdapat dua sumber data dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Seperti berikut ini :

1**. Sumber Data Primer**

Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data utama adalah subjek yang menerima *broadcast message* melalui sosial media yang berisi tentang konten politik. Jumlah informan dalam penelitian ini adalah berjumlah tiga orang agar hasilnya variatif. Subjek akan di wawancara dengan beberapa pertanyaan yang telah disiapkan. Kriteria subjek penelitian adalah:

a. Pria atau wanita berusia 17-25 tahun
b. Memiliki akun sosial media yang masih aktif digunakan minimal aplikasi *chatting* seperti *BlackBerry Messenger, Line Messenger* dan atau *WhatsApp Messenger*
c. Menerima *broadcast message* konten politik 1-3 kali dalam sebulan
d. Dapat menunjukkan bukti *broadcast message* konten politik yang pernah diterima

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Mengikuti perkembangan politik Indonesia berupa mengikuti serangkaian aksi untuk mengekspresikan pendapatnya pada pemerintah atau minimal membaca pemberitaan tentang politik Indonesia melalui media yang ada

f. Bersedia untuk diwawancarai

Berikut merupakan kriteria yang dimiliki dalam subjek penelitian ini :

a. Informan Pertama

Berinisal P yang merupakan seorang lulusan Psikologi di salah satu Universitas Negeri di Jawa Timur. Berusia 25 tahun. Pernah menerima *broadcast message* tentang #2019gantipresiden. Selain itu, subjek juga bekerja sebagai seorang jurnalis yang fokus pada bidang *cyber*, subjek bekerja di salah satu perusahaan *pers* di Jawa Timur.

b. Informan kedua

Berinisial H lulusan salah satu Universitas Negeri yang ada di Jawa Timur. Subjek merupakan seorang yang aktif dalam menyatakan pendapatnya pada pemerintah atau hal-hal yang berkaitan dengan politik melalui sosial media. karena sebelumnya menerima *broadcast message* mengenai kebijakan-kebijakan politik yang dibuat pemerintah yang dianggap tidak berpihak pada masyarakat.

c. Informan ketiga

Berinisial D seorang mahasiswa di salah satu Universitas Negeri di Jawa Timur. Berusia 22 tahun. Subjek merupakan orang yang aktif menggunakan sosial media dalam kesehariaannya. Mulai dari sekedar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berkomunikasi hingga subjek menggunakan sosial media sebagai sarana pekerjaannya. Selain itu, subjek juga bergabung dengan grup diskusi yang ada di sosial media yang membahas hal-hal aktual salah satunya politik khususnya mengenai isu #2019gantipresiden yang sering menjadi pembahasan masyarakat umum saat ini.

2. **Sumber Data Sekunder**

yaitu sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya lewat orang lain atau dokumen. Pada penelitian ini peneliti memerlukan data tambahan untuk menunjang data primer. Untuk itu, peneliti menggunakan *signifikan other* sebagai bagian dari data sekunder. Seperti :

1. Pada informan pertama P, memiliki dua *signifikan other* yaitu : A (22 tahun) teman subjek dan Z (21 tahun) teman subjek
2. Pada informan kedua H, memiliki dua *signifikan other* yaitu : D (52 tahun) orang tua subjek dan S (22 tahun) saudara subjek
3. Pada informan ketiga D, memiliki dua *signifikan other* yaitu : A (23 tahun) teman subjek dan M (23 tahun) teman subjek

D. Cara Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh data yang diinginkan oleh peneliti. Guna mendapatkan data yang akurat dan kredibel, dalam penelitian ini akan menggunakan beberapa teknik pengambilan data. Teknik pengambilan data sangat beragam. Dalam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian ini akan menggunakan metode wawancara mendalam sebagaimana berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut (Moleong, 2011). Dalam penelitian ini wawancara merupakan alat utama untuk menggali proses *compliance* politik penerima *broadcast message* di sosial media.

Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam. Wawancara mendalam dapat menggali apa saja yang diketahui dan dialami subjek pada masa lampau ataupun masa sekarang, serta hal-hal yang tersembunyi di dalam diri subjek. Dalam proses wawancara peneliti dilengkapi dengan pedoman wawancara yang sangat umum, pedoman wawancara ini digunakan untuk mengingatkan peneliti mengenai aspek-aspek yang harus dibahas sekaligus menjadi daftar pengecek apakah aspek-aspek relevan tersebut telah dibahas atau ditanyakan (Poerwandari, 2005).

Proses wawancara ini diawali dengan membuat kesepakatan terlebih dahulu dengan subjek penelitian tentang kesediaan untuk diwawancarai, hal ini dilakukan agar aktivitas informan tidak terganggu dan peneliti memiliki keleluasaan waktu untuk menggali informasi yang dibutuhkan. Dengan kesepakatan subjek wawancara ini dilakukan selama

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

satu minggu, dengan rentang waktu tiga hari dilakukan sebagai studi pendahuluan dan proses *rapport* dengan subjek. Kemudian adalah proses pengumpulan data baik dengan observasi maupun wawancara.

Wawancara diawali peneliti dengan membuka pembicaraan, memperkenalkan diri dan menyampaikan maksud dan tujuan penelitian. Kemudian dilanjutkan dengan penyampaian pertanyaan-pertanyaan yang telah tertera di dalam pedoman wawancara. Peneliti juga menambahkan beberapa pertanyaan diluar pedoman wawancara sebagai tanggapan atas jawaban informan yang menurut peneliti perlu dijelaskan lebih lanjut. Di samping itu peneliti juga melakukan pencatatan hal-hal penting yang disampaikan oleh subjek dalam wawancara.

Adapun hal-hal yang akan digunakan peneliti sebagai bentuk pertanyaan dalam melakukan wawancara adalah:

a. Apakah subjek atau informan pernah atau sering menerima *broadcast message* konten politik
b. Apakah subjek atau informan mengikuti perkembangan atau kegiatan politik yang sedang terjadi.
c. Bagaimana peran atau posisi subjek dalam menanggapi isu-isu perpolitik yang sedang terjadi.
d. Apa yang akan dilakukan subjek saat menerima *broadcast message* dengan konten yang dianggap berbeda pandangan ideologi oleh subjek.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Apa yang akan dilakukan subjek atau informan saat menerima *broadcast message* dengan konten yang dianggap sejalan atau sesuai dengan pandangan ideologi subjek.

2. Dokumentasi

Menurut Creswell (2010) dokumentasi dapat digunakan untuk mengumpulkan dokumen-dokumen kualitatif yang berupa bukti *Screenshoot* pesan *Broadcast* yang pernah diterima informan. Dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk mendapatkan informasi peran atau posisi subjek pada kegiatan politik dan diskripsi kasus.

E. Prosedur Analisis Dan Interpretasi Data

Analisis data adalah upaya atau cara untuk mengolah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut bisa dipahami dan bermanfaat untuk solusi permasalahan, terutama masalah yang berkaitan dengan penelitian. Atau definisi lain dari analisis data yaitu kegiatan yang dilakukan untuk mengubah data hasil dari penelitian menjadi informasi yang nantinya bisa dipergunakan dalam mengambil kesimpulan. Adapun tujuan dari analisis data ialah untuk mendeskripsikan data sehingga dapat di pahami, lalu untuk membuat kesimpulan atau menarik kesimpulan mengenai karakteristik populasi berdasarkan data yang didapatkan dari sampel berdasarkan pendugaan dan pengujian hipotesis.

Menurut Taylor & Bogdan (dalam Moelong, 1989) mendefinisikan analisis data sebagai proses yang merinci usaha formal untuk menemukan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tema dan merumuskan hipotesis seperti yang disarankan dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan dan tema pada hipotesis. Jika dikaji pada dasarnya definisi tersebut menekankan tentang maksud dan tujuan analisis data.

Analisis data kualitatif adalah proses analisis kualitatif yang mendasarkan pada adanya hubungan semantis antar variabel yang sedang diteliti. Tujuan Analisis Data kualitatif yaitu agar peneliti mendapatkan makna hubungan variabel-variabel sehingga dapat digunakan untuk menjawab masalah yang dirumuskan dalam penelitian.

Hubungan antar semantis sangat penting karena dalam analisis kualitatif, peneliti tidak menggunakan angka-angka seperti pada analisis kuantitatif. Prinsip pokok teknik analisis data kualitatif ialah mengolah dan menganalisis data-data yang terkumpul menjadi data yang sistematik, teratur, terstruktur dan mempunyai makna.

Miles & Huberman (1984) , mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Ukuran kejenuhan data ditandai dengan tidak diperolehnya lagi data atau informasi baru. Aktivitas dalam analisis meliputi reduksi data, penyajian data, interpretasi data serta penarikan kesimpulan dan verifikasi.

a. Reduksi Data

Reduksi data diartikan secara sempit sebagai proses pengurangan data, namun dalam arti yang lebih luas adalah proses

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penyempurnaan data, baik pengurangan terhadap data yang kurang perlu dan tidak relevan, maupun penambahan terhadap data yang dirasa masih kurang.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan proses pengumpulan informasi yang disusun berdasar kategori atau pengelompokan-pengelompokan yang diperlukan.

c. Interpretasi Data

Interpretasi data merupakan proses pemahaman makna dari serangkaian data yang telah tersaji, dalam wujud yang tidak sekedar melihat apa yang tersurat, namun lebih pada memahami atau menafsirkan mengenai apa yang tersirat di dalam data yang telah disajikan.

d. Penarikan kesimpulan atau verifikasi

Penarikan kesimpulan atau verifikasi merupakan proses perumusan makna dari hasil penelitian yang diungkapkan dengan kalimat yang singkat-padat dan mudah difahami, serta dilakukan dengan cara berulangkali melakukan peninjauan mengenai kebenaran dari penyimpulan itu, khususnya berkaitan dengan relevansi dan konsistensinya terhadap judul, tujuan dan perumusan masalah yang ada.

Beberapa langkah dalam analisis data kualitatif tersebut, akan diterapkan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini data yang didapat ditulis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam transkip wawancara, lalu di koding, dipilah tema-tema sebagai hasil temuan, dan selanjutnya dilakukan interpretasi data.

F. Keabsahan Data

Pada penelitian ini untuk menguji keabsahan atau kredibilitas data yang telah diperoleh, maka peneliti menggunakan teknik triangulasi. Menurut Sugiyono (2013) Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber, dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu.

1. Triangulasi Sumber Data

   Triangulasi sumber data untuk menguji kreadibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data dari beberapa sumber tersebut tidak bisa dirata-ratakan seperti dalam penelitian kuantitatif, tetapi dideskripsikan, dikategorikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana spesifik dari tiga sumber data tersebut. Setelah mengkategorikan data tersebut barulah dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan tiga sumber data tersebut.

2. Triangulasi Teknik

   Triangulasi teknik untuk menguji kreadibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Dalam penelitian ini peneliti

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menggunakan teknik pengumpulan data yaitu wawancara. Dan untuk menguji kreadibilitas data yang didapat maka data yang diperoleh dari subjek dengan menggunakan teknik wawancara dan observasi. (Sugiyono, 2013).

Pada penelitian kali ini peneliti akan menggunakan triangulasi sumber data dan triangulasi teknik dengan mengecek data hasil wawancara baik dengan informan secara langsung maupun dengan informan partisipan. Validasi data dengan triangulasi dalam penelitian melalui dokumen pada hal-hal yang dianggap penting.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Subjek

Subjek utama penelitian ini berjumlah tiga orang yang berjenis kelamin laki-laki yang pernah menerima *Broadcast Message* konten politik melalui *sosial media* salah satunya melalui aplikasi *chatting* berupa *whatsApp Message*. Setiap informan memiliki dua signifikan other untuk membantu memperoleh data yang diinginkan oleh peneliti. Informan pertama pada penelitian ini bertempat tinggal di Mengganti Gresik, informan kedua bertempat tinggal di Gedangan Sidoarjo, dan Informan ketiga bertempat tinggal di Tambaksari Surabaya.

Setelah mendapatkan informan yang sesuai dengan kriteria, kemudian peneliti mencoba untuk membangun *rapport* terlebih dahulu dengan para informan agar ketika wawancara berlangsung dapat membuat informan memiliki rasa kepercayaan pada peneliti sehingga informan bersedia menceritakan apa yang peneliti minta tanpa ada paksaan atau kecanggungan ketika wawancara berlangsung, serta membuat surat keterangan penelitian sebagai bentuk ketersediaan menjadi informan penelitian.

Dibawah ini akan dijelaskan profil serta gambaran *compliance* politik dari ketiga informan tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Informan pertama

   a. Nama : P

      Usia : 24 Tahun

      Jenis kelamin : Laki-laki

      Pendidikan : S1

Informan penelitian yang pertama laki-laki berinisial P, saat ini berusia 24 tahun, Informan adalah lulusan psikologi di salah satu Universitas Negeri di Jawa Timur yang juga aktif pada dunia Organisasi Kemahasiswaan ekstra kampus dan juga aktif di dunia Jurnalis kampus dan aktif di salah satu perusahaan *pers* swasta yang ada di surabaya yang juga salah satunya fokus membahas mengenai politik di Indonesia yang sedang menjadi *trending topic* di sosial media saat ini.

Pada awal menerima *broadcast message* konten politik tersebut informan mempunyai pandangan yang netral akan kedua kubu yang saat ini mencalonkan diri menjadi capres dan cawapres tahun 2019 mendatang. Namun, setelah menerima informasi melalui *broadcast message* yang diterimanya melalui media *whatsApp* informan menjadi memiliki keberpihakan pada salah satu kubu tersebut.

Pada saat berada di organisasi kemahasiswaan atau di jurnalis subjek memiliki teman yang salah satu diantaranya menjadi partisipan penguat dari subjek pertama yang berinisial A.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. *Signifikan other*

1) *Signifikan other* I

Nama : A

Usia : 25 tahun

Jenis kelamin : laki - laki

Hubungan dengan subjek : teman dekat

Pendidikan : S1

2) *Signifikan other* II

Nama : Z

Usia : 24 tahun

Jenis kelamin : laki - laki

Hubungan dengan subjek : teman dekat

Pendidikan : S1

2. Informan Kedua

a. Nama : H

Usia : 23 tahun

Jenis kelamin : laik - laki

Pendidikan : S1

Informan penelitian yang kedua laki-laki yang berinisial H yang saat ini berusia 23 tahun. Informan saat ini masih berkuliah di salah satu Universitas Negeri yang ada di Surabaya. Informan kedua ini memiliki beberapa anggota keluarga yang menjadi simpatisan di salah satu kubu calon capres dan cawapres tahun

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2019 nanti. Selain itu, informan kedua juga merupakan anggota salah satu Organisasi kemahasiswaan ekstra kampus yang aktif mengkaji berbagai permasalahan di dalam atau diluar kampus, seperti salah satunya mengenai politik 2019 yang saat ini sedang banyak dibahas oleh berbagai kalangan masyarakat baik di dunia nyata maupun di dunia maya seperti sosial media.

Pada awal informan menerima *broadcast message* konten politik informan telah memiliki pandangan politik pada salah satu kubu politik yang mencalonkan diri sebagai capres dan cawapres 2019. Kemudian, informan menerima *broadcast message* konten politik yang menyudutkan salah satu kubu yang telah dipilihnya. Namun, informan meyakini jika kubu yang telah dipilihnya masih tetap sesuai dengan kayakinannya meskipun informan telah menerima *broadcast message* yang menyudutkan salah satu kubu pilihannya.

Pada informan kedua memiliki Orang tua berinisial D yang menjadi partisipan penguat dari informan kedua tersebut.

b. *Signifikan other*

1) *Signifikan other* I

Nama	: D
Usia	: 52 tahun
Jenis kelamin	: Laki - laki
Hubungan dengan subjek	: Orang tua

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pendidikan : SMA

2) *Signifikan other* II

Nama : S

Usia : 22 tahun

Jenis kelamin : Perempuan

Hubungan dengan subjek : Kerabat

Pendidikan : S1

3. Informan Ketiga

a. Nama : D

Usia : 22 tahun

Jenis kelamin : laki - laki

Pendidikan : S1

Informan penelitian yang ketiga laki-laki yang berinisial D yang saat ini berusia 22 tahun. Informan saat ini masih berkuliah di salah satu Universitas Negeri yang ada di Surabaya. Informan ketiga ini memiliki beberapa komunitas di sosial media yang menjadi simpatisan di salah satu kubu calon capres dan cawapres tahun 2019 nanti. Selain itu, informan ketiga juga merupakan orang yang memanfaatkan sarana sosial media untuk pekerjaannya sehari - hari selain untuk sekedar berkomunikasi. Sehingga, informan ketiga memiliki banyak wawasan yang terkait berbagai hal yang ada di sosisal media. seperti salah satunya mengenai politik 2019 yang saat ini sedang banyak dibahas oleh berbagai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kalangan masyarakat baik di dunia nyata maupun di dunia maya seperti sosial media.

Pada awal informan menerima *broadcast message* konten politik informan telah memiliki pandangan politik pada salah satu kubu politik yang mencalonkan diri sebagai capres dan cawapres 2019. Kemudian, informan menerima *broadcast message* konten politik yang menunjukkan prestasi atau pencapaian pada salah satu kubu yang berseberangan dengan pilihan kubu awal informan. Sehingga, beberapa saat setelah informan menerima *broadcast message* tersebut, informan telah berubah pilihan dalam menentukan kubu mana yang dipilihnya.

Pada informan ketiga terdapat seorang teman dekat informan yang dapat dijadikan pertisipan penguat yang berinisial A

b. Signifikan other

1) Signifikan other I

Nama	: A
Usia	: 23 tahun
Jenis kelamin	: laki - laki
Hubungan dengan subjek	: teman dekat
Pendidikan	: S1

2) Signifikan other II

Nama	: M
Usia	:24 tahun

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jenis kelamin : laki - laki

Hubungan dengan subjek : teman dekat

Pendidikan : S1

B. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Hasil Temuan

Dalam penyajian data ini, peneliti akan menggambarkan atau mendeskripsikan data yang diperoleh dari hasil wawancara di lapangan, guna untuk membantu keabsahan data atau kevaliditasan data yang disajikan. Data dalam penelitian ini adalah proses *compliance* politik pada penerima *broadcast message* di sosial media.

a. Informan pertama (P)

1) Aspek timbal balik

Cialdini (dalam Baron & Byrne, 2005) Pada umumnya orang lebih bersedia untuk memenuhi permintaan dari orang yang sebelumnya pernah atau telah memberikan bantuan atau kemudahan bagi daripada menuruti seseorang yang tidak pernah melakukanya

Seperti dalam kutipan wawancara berikut ini :

"sejauh saat ini saya tidak pernah menerima bantuan apa – apa dari kelompok politik manapun . ya kalau soal bantuan seperti itu saya kurang tahu ya mas entah saya tidak pernah menerima itu karena dari atasnya atau dari bawahnya yang sudah mencetuskan ide-ide tapi karena keterbatasan sumber daya sehingga tidak sampai ke yang sasaran bantuannya itu. Tapi itu ya sekedar asumsi saya mas . soalnya saya yang tinggal di kota saja tidak pernah menerima apalagi mereka – mereka yang tinggal di desa atau di pinggiran mas".**(BD.P.30.03102018).**

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut pengamatan *significant other*, yaitu A sebagai teman dekat dari subjek :

"gak pernah dapat kayaknya mas, selain dia orangnya cukup idealis background keluarganya yang kayak gitu gak memungkinkan buat nerima bantuan atau apa – apa dari salah satu kelompok politik". **(BD.A.18.05102018).**

Sedangkan menurut pengamatan *signifikan other*, yaitu Z sebagai salah satu teman dekat dari subjek :

"kurang tahu saya mas kalau bantuan tapi dia sendiri gak pernah cerita apa – apa sih ke saya jadi mungkin ya gak pernah dapat kalau itu kurang tahu saya mas kalau bantuan tapi dia sendiri gak pernah cerita apa – apa sih ke saya jadi mungkin ya gak pernah dapat kalau itu". **(BD.Z.18.05102018).**

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan selama proses wawancara terhadap subjek P, subjek terlihat sedikit kesal dan dengan nada biacara yang tinggi, lalu posisi duduk yang agak maju ke depan dengan tangan bergerak-gerak saat bercerita.

2) Aspek komitmen atau konsistensi

Cialdini (2005) Ketika seseorang telah berkomitmen terhadap suatu kedudukan atau tindakan, orang akan lebih bersedia untuk memenuhi permintaan mengenai tingkah laku yang konsisten dengan posisi atau tindakan tersebut daripada permintaan yang tidak konsisten dengan posisi atau tindakan tersebut. Ketika seseorang telah berkomitmen terhadap suatu kedudukan atau tindakan, orang akan lebih bersedia untuk memenuhi permintaan mengenai tingkah laku yang konsisten

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan posisi atau tindakan tersebut daripada permintaan yang tidak konsisten dengan posisi atau tindakan tersebut.

Seperti dalam kutipan wawancara berikut ini :

"eh .. gini mas seperti kata saya tadi politik saat ini itu sudah dikatakan suatu hal yang kotor karena apa ya itu tadi para tokohnya itu sekarang cuma berorientasi sama kekuasaan sudah tidak lagi pada ide-ide yang membuat perubahan masyarakat ke arah yang lebih baik padahal dulu di eropa abad 19-an politik itu barang yang mewah dan cuma beberapa orang saja yang bisa ikut berpartisipasi tapi kenyataan sekarang itu berbanding terbalik malah menjadi sesuatu yang kotor. Jadi maksud saya buat para tokohnya yang berpindah-pindah partai itu sesuatu hal yang biasa karena apa. Ya buat itu tadi demi mencapai kekuasaan yang diinginkannya" **(BD.P.36.03.10.2018).**

Menurut pengamatan *significant other*, yaitu A sebagai teman dekat dari subjek :

"setahu saya dia itu gak pernah ikut simpatisan – simpatisan manapun mas di dunia nyata atau di dunia maya apalagi gabung sama partai politik dia kan orangnya agak idealis ya mas jadi ya mungkin itu alasannya dia gak ikut partai atau salah satu simpatisan politik" **(BD.A.26.05102018).**

Sedangkan menurut pengamatan *signifikan other*, yaitu Z sebagai salah satu teman dekat dari subjek :

"Selama saya berteman sama P di bangku kuliah itu saya gak pernah ngedapati dia ikut acara – acara politik mas. Entah demo atau apa itu yang jelas dia gak pernah ikut. Kalau soal apa sekarang dia tergabung sama salah satu kelompok politik sepertinya belum mas soalnya dia sekarang kayaknya sedang sibuk kerja nyari bahan berita" (**BD.Z.28.05102018).**

3) Aspek pembuktian sosial

Umumnya orang akan lebih bersedia dalam memenuhi permintaan untuk melakukan beberapa tindakan jika tindakan tersebut konsisten dengan apa yang dipercaya untuk dilakukan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau dipikirkan oleh orang lain yang mirip dengannya. Umumnya orang akan lebih bersedia dalam memenuhi permintaan untuk melakukan beberapa tindakan jika tindakan tersebut konsisten dengan apa yang dipercaya untuk dilakukan atau dipikirkan oleh orang lain yang mirip dengannya. Sebagai bagian dari dari masyarakat individu mempunyai anggapan jika bertindak atau melakukan suatu hal yang sesuai dengan arus sosial maka kesalahan yang diakibatkan oleh individu tersebut akan menjadi semakin sedikit ketimbang jika individu tersebut melawan arus.

Seperti dalam kutipan wawancara berikut ini :

"kalau ngomongin orang sekitar saya itu dari teman pasti ada yang ikut simpatisan partai bahkan ada juga yang ikut partai . tapi kalau dari keluarga itu hampir ngak ada mas yang ikut politik soalnya *background* dari ayah yang seorang tentara nasional jadi kan gak boleh berpihak pada politik apa pun jadi bisa dibilang kalau dari keluarga itu gak ada yang ikut politik". **(BD.P.26,03102018).**

Menurut pengamatan *significant other*, yaitu A sebagai teman dekat dari subjek :

"enggak mas saya gak sama dengan P . saya ngidolain pak anies mas tapi kalau teman yang lain saya kurang tahu mas. Tapi yang saya tahu itu keluarganya P itu kan ABRI jadi harus jaga netralitas jadi ya mungkin karena itu juga P gak ngidolain tokoh politik yang sekarang mas"**(BD.A.14.05102018).**

Sedangkan menurut pengamatan *signifikan other*, yaitu Z sebagai salah satu teman dekat dari subjek :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"setahu saya keluarganya P itu tentara mas jadi ya mana mungkin ikut politik"**(BD.Z.16.05102018).**

4) Pertemanan atau rasa suka

Seseorang memiliki kecenderungan untuk lebih bersedia memenuhi permintaan dari seorang teman atau orang-orang yang disukai dibandingkan memenuhi permintaan orang asing yang tidak disukai. Individu menggunakan beberapa macam cara agar secara terus-menerus dapat menimbulkan rasa suka. Seperti, terdapat suatu daya tarik fisik, adanya suatu kemiripan, pemberian suatu pujian, kontak dan kerja sama, dan adanya pengkondisian dan asosiasi. Namun, pada prinsip dasar ini juga telah banyak digunakan oleh orang yang benar-benar asing bagi individu untuk mendapatkan persetujuan atas permintaannya dengan cara membuat individu tersebut menyukai telebih dulu orang yang akan melakukan permintaan atasnya. (Cialdini, 2005).

Seperti dalam kutipan wawancara berikut ini :

"Sebelum ada pencalonan ke KPU 2014 itu saya gak ngidolain tokoh siapa – siapa dari kedua kubu itu mas . soalnya kan politik sekarang ini cuma dijadikan sebagai tujuan bukan proses untuk membangun masyarakat tapi lebih kepada tujuan untuk mencapai kekuasaan itu makanya saya kurang *respect* buat ngidoalain salah satu tokoh dari kedua kubu tersebut. Tapi setelah saya mendapat suatu informasi beberapa waktu yang lalu sekarang saya jadi ngidoalain salah satunya". (pandangan fokus ke peneliti di sertai pupil mata membesar) **(BD.P.16.03102018).**

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut pengamatan *significant other*, yaitu A sebagai teman dekat dari subjek :

"dia itu ngidolain tokoh – tokoh lama mas, kayak syahrir, soekarno, gitu banyak buku – bukunya mas pas dia masih ngekos sama saya". **(BD.A.08.05102018).**

"ee .. kalau tokoh politik sekarang ya mas, bagaimana ya mas soalnya dia itu jarang ngomongin tokoh politik yang sekarang. Kalau pun ngomongin tokoh politik yang sekarang mungkin lebih kayak ke kritikan – kritikan mas daripada ngomongin yang kayak ngidolain". **(BD.A.10.05102018).**

Menurut pengamatan *signifikan other*, yaitu Z sebagai teman dekat dari subjek :

"eh .. tokoh politik yang di idolain ya mas. Dia sebener e gak pernah ngomong terus terang sama saya soal siapa tokoh politik yang di idolainnya mas tapi dia itu sering ngutip pendapatnya syahrir dalam berdiskusi pandangan politiknya mas". **(BD.Z.08.05102018).**

5) Aspek Otoritas

Pada aspek otoritas ini menyatakan bahwa orang akan lebih bersedia untuk memenuhi permintaan dari seseorang yang memiliki kekuasaan yang sah atau seseorang yang tampaknya memiliki kekuasaan semacam itu. Ketika kepatuhan pada kekuasaan adalah sesuatu yang sangat dihargai, maka orang akan dengan mudah membiarkan dirinya hanyut dalam kepatuhan otomatis. Imbalan dan hukuman yang terus menerus dari kepatuhan buta tersebut merupakan karakter mekanik. Untuk itu orang merasa tidak perlu berpikir untuk melakukannya atau tidak. Ketika kepatuhan pada kekuasaan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

adalah sesuatu yang sangat dihargai, maka orang akan dengan mudah membiarkan dirinya hanyut dalam kepatuhan otomatis.

Seperti dalam kutipan wawancara berikut ini :

"iya sering mas . itu saya dapatnya ya dari WA itu kebanyakan. Soalnya saya kan gabung sama salah satu grup yang membahas isu – isu politik yang sedang hangat sekarang . nah anggotanya itu dari kalangsan akademisi seperti mahasiswa dosen juga ada jurnalisnya itu dari seluruh indonesia dan membahas tema politik yang sekarang lagi booming. Misalnya seperti sekarang politik ini kan lagi panas – panasnya pilpres 2019 yang membahas antara kubu A dan kubu B atau kubu kecebong dan kubu kampret yang saling serang lewat berbagai media seperti media sosial saat ini". **(BD. P.12. 03102018).**

Menurut pengamatan *significant other*, yaitu A sebagai teman dekat dari subjek :

"oh yang grup itu mas, saya tahunya cuma sekilas mas nama grupnya agak gimana gitu e, dari grup itu mas dia ngolah – ngolah informasi yang diterima dari luar terus di kaji di bahas di grup itu terus diskusinya biasanya dijadiin P sumber referensi yang dia percayai mas". **(BD.A.20.05102018).**

Sedangkan menurut pengamatan *significant other*, yaitu Z sebagai teman dekat dari subjek :

"grup yang seperti itu mas. Iya saya dulu pernah di ajak buat gabung juga mas tapi saya waktu itu belum mau. Tapi memang di grup itu kita bisa mengkaji berbagai hal mulai dari ekonomi politik hingga agama mas". **(BD.Z.20.05102018).**

6) Aspek Kelangkaan

Suatu keterbatasan akan ketersediaannya akan membuat seseorang untuk menghargai dan berusaha untuk mempertahankan hasil atau objek yang langka karena ketersediaannya akan terus berkurang. Sebagai akibatnya,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

orang akan lebih mungkin untuk memenuhi permintaan yang berpusat pada kelangkaan daripada terhadap permintaan yang sama sekali tidak terkait dengan isu teresebut. Ide berkenaan dengan potensi kehilangan memainkan peran besar dalam pengambilan keputusan manusia. Bahkan, orang-orang cenderung lebih termotivasi dengan pikiran akan kehilangan sesuatu daripada untuk mendapatkan sesuatu.

Seperti dalam kutipan wawancara berikut ini :

"nah itu mas. Berita – berita sekarang ini kan yang bertebaran di berbagai media massa saat ini itu rawan akan adanya unsur kepentingan. Misalnya berita kemiskinan yang tertimbunan sama berita politik yang banyak beredar di berbagai media misal seperti media sosial saat ini itu pernah di prediksi oleh seorang tokoh sekitar tahun 2000-an sebelum boomingnya media massa seperti koran dan televisi itu pernah di prediksi jika nanti berita-berita yang tidak ada kaitannya dengan kepentingan para pemegang kuasa itu akan tertutupi bahkan saat ini lebih parah". **(BD.P.34.03102018).**

Menurut pengamatan *significant other*, yaitu A sebagai teman dekat dari subjek :

"sepertinya iya gak percaya mas, kalau misal dia emang mudah percaya ya mana mungkin dia jadi aktifis sama seorang jurnalis mas" **(BD.A.22.05102018).**

Broadcast message konten politik yang diterima informan pertama berisi suatu kritikan yang bermuatan negatif pada salah satu tokoh yang mencalonkan diri dalam ajang pemilihan presiden tahun 2019 mendatang. Sebelum menerima *broadcast*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

message tersebut informan memiliki pandangan yang netral tidak memiliki keberpihakan pada salah satu kelompok politik. Namun, setelah informan menerima suatu pesan informan menjadi memiliki keberpihakan pada kelompok politik.

Pada informan pertama memiliki lingkungan teman pergaulan yang hampir sebagian besar terlibat dalam politik, mulai dari sebagai pengamat yang mengikuti berbagai macam pemberitaan politik hingga ikut terlibat dalam partai politik secara aktif. Hal ini menjadi salah satu alasan informan untuk memiliki keberpihakan pada salah satu kelompok politik.

Adanya suatu keyakinan pada informan yang menganggap bahwa sumber berita yang sedikit terpublikasi merupakan perbuatan dari oknum – oknum yang sengaja berbuat demikian agar tidak diketahui oleh masyarakat luas sehingga membuat informan memiliki keyakinan yang besar akan nilai kebenaran pada berita tersebut.

Informan pertama mempunyai suatu grup di aplikasi *chatting WhatsApp* yang beranggotakan dari berbagai kalangan akademisi mulai dari mahasiswa, pengajar, hingga para jurnalis yang tergabung dalam satu grup yang berskala nasional yang membahas berbagai isu – isu yang tengah menjadi pembicaraan publik seperti halnya politik Indonesia saat ini. Informan

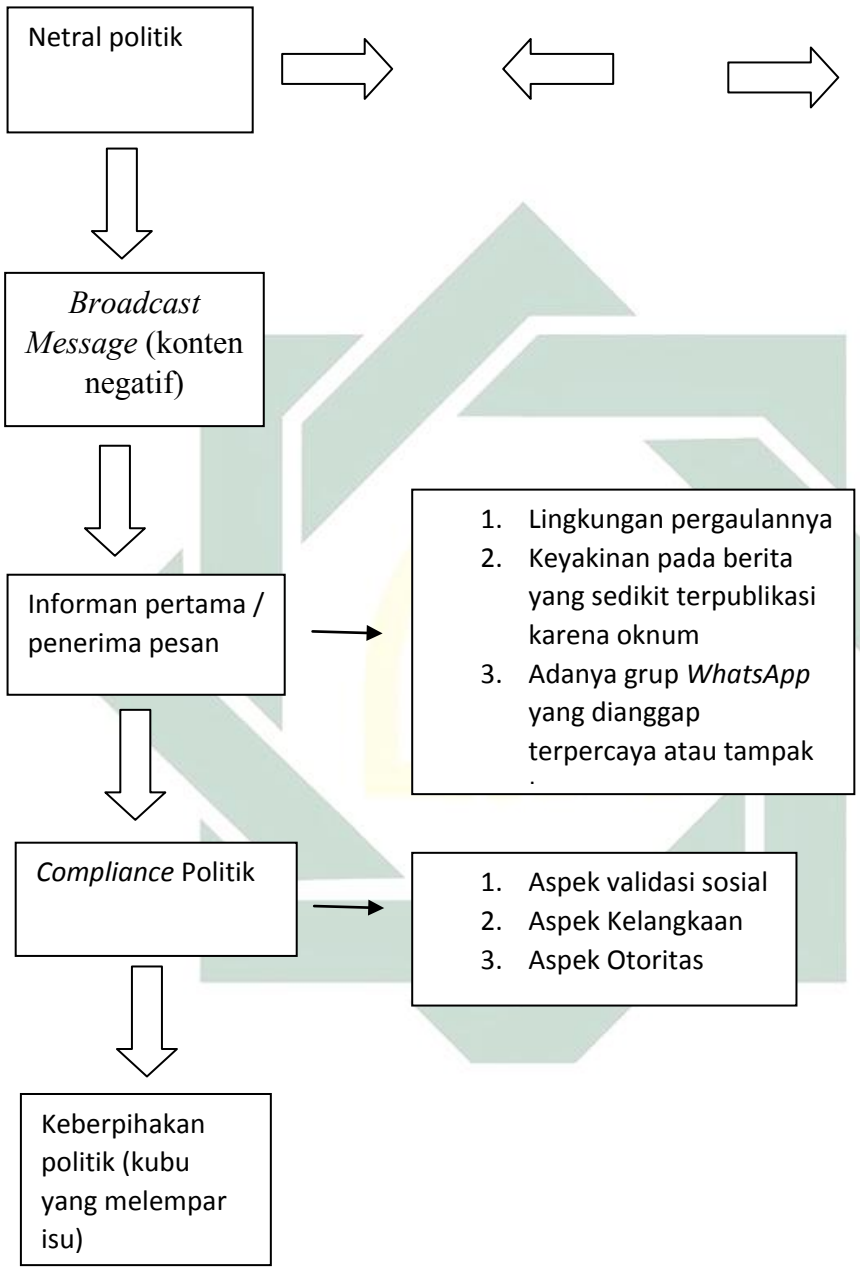
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pertama meyakini bahwa hasil pembahasan isu yang ada di grup tersebut memiliki nilai kebenaran yang lebih bisa dipercaya daripada referensi dari media – media lainnya.

Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa proses *compliance* politik yang terjadi pada informan pertama melalui tiga hal. Seperti, lingkungan teman pergaulannya, keyakinan yang menganggap bahwa berita yang langka atau sedikit publikasi merupakan suatu hal yang memiliki nilai kebenaran yang lebih besar, dan adanya suatu grup diskusi di *WhatsApp* yang dianggapnya sebagai suatu referensi yang terpercaya atau tampak terpercaya karena *titel* latarbelakang para anggotanya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bagan 1.



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Informan kedua (H)

1) Aspek timbal balik

Komunitas manusia memang mendapat keuntungan dari prinsip timbal balik tersebut, dan konsekuensinya, anggota komunitas manusia tersebut dilatih untuk mematuhi aturan juga mengetahui sanksi sosial yang akan berlaku apabila melanggarnya. Berbagai penyebutan negatif cenderung akan melekat pada individu yang mendapatkan sanksi sosial tersebut. Seperti, tidak tahu berterima kasih, yang menjilat ludah sendiri, dan lain sebagainya. Ketidaksukaan umum terhadap individu yang mau menerima tapi tidak mau membalas, biasanya tidak ingin dianggap salah seorang dari komunitas tersebut. Posisi itulah yang biasanya membuat seseorang merasa berhutang dan merasa harus untuk memenuhi permintaan orang lain.

Seperti dalam kutipan wawancara berikut ini :

"gak pernah mas saya ikut acara yang diselenggarakan partai politik aja gak pernah ikut mas. Paling ya Cuma ikut komen-komen di sosmed kalau lagi mbahas politik gitu . itu pun aja kadang Cuma sekedar baca mas gak sampai ikut turun ke lapangan apalagi ikut deklarasi-deklarasi gitu" **(BD.H.40.08102018).**

Menurut pengamatan *significant other*, yaitu D sebagai Orang tua dari subjek :

"gak pernah mas. Beasiswa atau bantuan dari kelompok politik gitu gak pernah dapat mas lah ikut acaranya aja gak pernah ikut" (**BD.D.24.09102018).**

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan menurut pengamatan *significant other*, yaitu S sebagai kerabat dari subjek :

"gak pernah mas. Gak pernah dapat beasiswa atau bantuan apa – apa mas dia apalagi dari partai politik" **(BD.S.30.10102018).**

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan selama proses wawancara terhadap subjek H, subjek terlihat santai dan dengan nada biacara yang teratur, lalu posisi duduk yang agak menyandar ke kursi dengan tangan bergerak-gerak saat bercerita.

2) Aspek komitmen atau konsistensi

Ketika seseorang telah berkomitmen terhadap suatu kedudukan atau tindakan, orang akan lebih bersedia untuk memenuhi permintaan mengenai tingkah laku yang konsisten dengan posisi atau tindakan tersebut daripada permintaan yang tidak konsisten dengan posisi atau tindakan tersebut. Pada kultur masyarakat perilaku orang yang ucapannya, keyakinannya, dan janjinya saling bertentangan akan dianggap sebagai orang yang tidak mampu, binggung, bermuka dua, bahkan sakit jiwa. Sebaliknya, orang yang memiliki konsistensi tinggi sering kali diasosiasikan dengan kekuatan personal dan intelektual. (Cialdini, 2005).

Seperti dalam kutipan wawancara berikut ini :

"Eh .. enggak mas saya gak ikut simpatisan Cuma sekedar ngefans aja" **(BD.H.60.08102018).**

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut pengamatan *significant other*, yaitu D sebagai Orang tua dari subjek :

”iya biasa lah mas omnya itu kan ikut salah satu simpatisan kubu politik yang kemarin deklarasi di surabaya itu loh. Nah omnya dia itu sering ngobrol-ngobrol sama H masalah politik terus pernah waktu itu H di ajak ikut deklarasi di Surabaya oleh salah satu kubu tapi H itu gak mau ikut terus tak tanyai kenapa kok gak mau ikut . katanya gak suka sudah punya pilihan sendiri katanya mas makanya dia gak mau ikut yang di ajak omnya deklarasi di Surabaya” **(BD.D.18.09102018).**

Sedangkan menurut pengamatan *significant other*, yaitu S sebagai kerabat dari subjek :

“Setahu saya gak ikut mas soalnya dia gak nunjukkin gelagat seperti orang yang ikut simpatisan e” **(BD.S.38.10102018).**

3) Aspek pembuktian sosial

Sebagai bagian dari masyarakat individu mempunyai anggapan jika bertindak atau melakukan suatu hal yang sesuai dengan arus sosial maka kesalahan yang diakibatkan oleh individu tersebut akan menjadi semakin sedikit ketimbang jika individu tersebut melawan arus. Pada beberapa kasus biasanya jika terdapat banyak orang yang melakukan sesuatu, maka sesuatu tersebut tampaknya menjadi sesuatu yang benar untuk dilakukan.

Seperti dalam kutipan wawancara berikut ini :

“hehehe iya mas temen keluarga saya sering ngomongin masalah politik jadi ya buat ngikutin pergaulan saya baca-baca masalah politik terus lama-kelamaan asik baca berita politik soalnya banyak strategi-strategi sama tipu muslihat yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dimainkan makanya sampai sekarang saya masih ngikutin pemberitaan politik mas”**(BD.H.56.08102018).**

Menurut pengamatan *significant other*, yaitu D sebagai Orang tua dari subjek :

“loh iya mas, H itu kalau sudah suka pemberitaannya di ikuti terus sama dia. Tapi , itu kayaknya juga karena omnya H itu mas makanya dia juga suka politik”**(BD.D.16.09102018).**

Sedangkan menurut pengamatan *significant other*, yaitu S sebagai kerabat dari subjek :

“kalau dari temannya itu saya kurang tahu mas tapi di keluarga saya sama keluarga dia ya itu om saya mas ikut simpatisan salah satu kelompok politik. Kayaknya ya karena om saya itu dia minat buat ngikutin berita politik” **(BD.S.36.10102018).**

4) Aspek rasa suka atau pertemanan

Seseorang memiliki kecenderungan untuk lebih bersedia memenuhi permintaan dari seorang teman atau orang-orang yang disukai dibandingkan memenuhi permintaan orang asing yang tidak disukai. Agar permintaan yang diajukan pada orang lain dapat sesuai. Individu menggunakan beberapa macam cara agar secara terus-menerus dapat menimbulkan rasa suka. Seperti, terdapat suatu daya tarik fisik, adanya suatu kemiripan, pemberian suatu pujian, kontak dan kerja sama, dan adanya pengkondisian dan asosiasi.

Seperti dalam kutipan wawancara berikut ini :

“sejujurnya saya emang ngidolain pak jokowi mas. Beliau itu kan gak terlalu banyak omong lebih banyak kerjanya lah makanya saya ngidolain beliau. Tapi ya bukan berarti karena

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

saya ngidolain itu saya gak setuju sama konten yang dishare itu mas tapi ya emang karena itu maslah sepele yang gak perlu dibuat heboh (awal kalimat badannya bersandar kemudian ditengah kalimat hingga akhir menegakkan badan disertai intonasi suara yang meningkat diakhir kalimat)"(**BD.H.30.08102018).**

Menurut pengamatan *significant other*, yaitu D sebagai orang tua dari subjek :

"iya biasa lah mas omnya itu kan ikut salah satu simpatisan kubu politik yang kemarin deklarasi di surabaya itu loh. Nah omnya dia itu sering ngobrol-ngobrol sama H masalah politik terus pernah waktu itu H di ajak ikut deklarasi di Surabaya oleh salah satu kubu tapi H itu gak mau ikut terus tak tanyai kenapa kok gak mau ikut . katanya gak suka sudah punya pilihan sendiri katanya mas makanya dia gak mau ikut yang di ajak omnya deklarasi di Surabaya" **(BD.D.18.09102018).**

Menurut pengamatan *significant other*, yaitu S sebagai kerabat dari subjek :

"ngidolain pak jokowi mas. Dia itu sering di ajak om saya ikut acara politik tapi yang kubunya pak prabowo mas dia itu sering nolak bahkan gak pernah mau ikut acaranya" **(BD.S.20.10102018).**

5) Aspek Otoritas

Ketika kepatuhan pada kekuasaan adalah sesuatu yang sangat dihargai, maka orang akan dengan mudah membiarkan dirinya hanyut dalam kepatuhan otomatis. Imbalan dan hukuman yang terus menerus dari kepatuhan buta tersebut merupakan karakter mekanik. Untuk itu orang merasa tidak perlu berpikir untuk melakukannya atau tidak. Untuk lebih menguatkan prinsip dasar ini Cialdini (2005) menyebutkan beberapa faktor yang dapat digunakan. Seperti, adanya konotasi bukan konten (orang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lebih rapuh pada simbol daripada substansinya), titel (adanya titel bukan saja membuat lawan bicaranya lebih akomodatif tapi juga dapat membuat pembicara tampak lebih tinggi), pakaian (penelitian Bickman (dalam Cialdini, 2005)).

Seperti dalam kutipan wawancara berikut ini :

"iya mas jadi saya itu punya satu sumber yang biasanya saya jadiin refensi kalau mau nyari berita**"(BD.H.50.08102018).**

Menurut pengamatan *significant other*, yaitu D sebagai orang tua dari subjek :

"ada mas . waktu kapan hari itu kan saya pernah tanya sama H kenapa hpnya kok berisik bunyi-bunyi terus hpnya kemudian saya tanyain itu siapa se yang ngechat terus dijawab sama H itu grup pak terus tak tanyai lagi grup apa kemudian dijawab grup-grup politik pak. Gitu mas saya tahu e kalau soal yang grup politik" **(BD.D.12.09102018).**

6) Aspek Kelangkaan

Suatu keterbatasan akan ketersediaannya akan membuat seseorang untuk menghargai dan berusaha untuk mempertahankan hasil atau objek yang langka karena ketersediaannya akan terus berkurang. Sebagai akibatnya, orang akan lebih mungkin untuk memenuhi permintaan yang berpusat pada kelangkaan daripada terhadap permintaan yang sama sekali tidak terkait dengan isu tersebut.

Seperti dalam kutipan wawancara berikut ini :

"eee.. kalau yang minim publikasi atau jarang terekspose itu 50 banding 50 sih mas saya gak langsung percaya tapi juga saya gak nolak . pemberitaan itu nanti saya tindak lanjuti lagi maksudnya saya perluas lagi isi pemberitaannya soalnya kan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berita yang minim publikasi itu biasanya ada suatu hal yang ngebuat berita itu kurang diekspose. Kadang karena berita itu bener terus berusaha ditutupi atau mungkin juga karena emang berita itu kurang bener makanya kurang terekspose"(**BD.H.52.08102018).**

Menurut pengamatan *significant other*, yaitu D sebagai orang tua dari subjek :

"ada mas . waktu kapan hari itu kan saya pernah tanya sama H kenapa hpnya kok berisik bunyi-bunyi terus hpnya kemudian saya tanyain itu siapa se yang ngechat terus dijawab sama H itu grup pak terus tak tanyai lagi grup apa kemudian dijawab grup-grup politik pak. Gitu mas saya tahu e kalau soal yang grup politik" **(BD.D.12.09102018).**

Broadcast message yang diterima informan kedua berisi mengenai upaya kritisi yang dilakukan pada kelompok politik yang di idolakan oleh informan tersebut. Isi *broadcast message* yang diterima informan dapat dikatakan sebagai suatu upaya untuk mengubah tanggapan seseorang.

Kritik yang dilakukan pada salah satu kelompok politik tersebut ditanggapi berbeda dengan informan kedua dan justru menganggap bahwa berita tersebut terlalu dibuat – buat oleh kelompok politik lain yang ingin mengubah citra tokoh tersebut. Sehingga, isi *broadcast message* tersebut malah memperkuat tanggapan dari pesan komunikasi persuasif tersebut. Sebagai penerima pesan informan kedua merupakan khalayak penerima pesan reaktif yang menjadikan sumber informasi karena adanya suatu keterikatan emosional.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

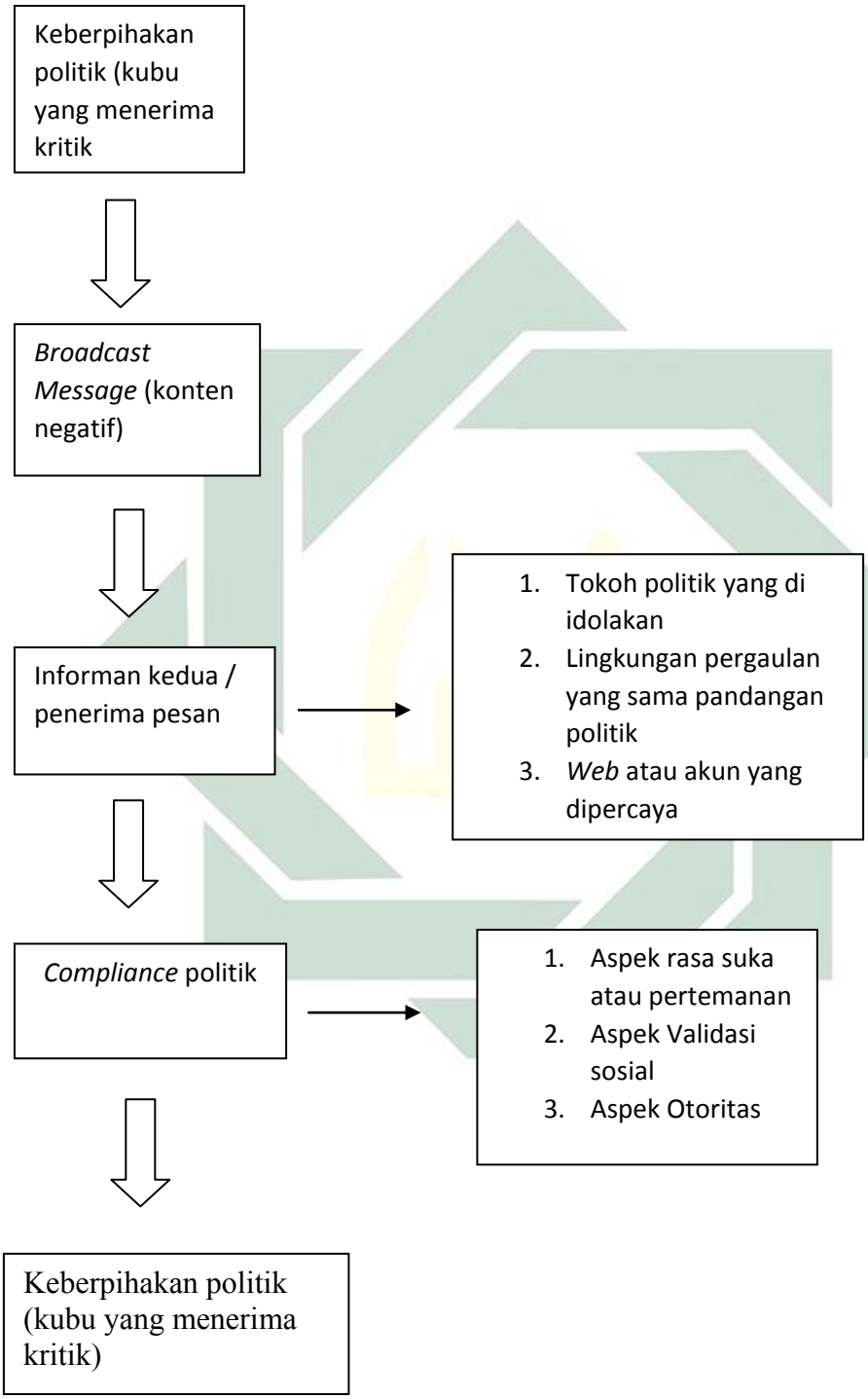
Pada informan kedua memiliki seorang tokoh politik yang idolakan pada salah satu kelompok yang maju dalam pemilihan presiden dan wakil presiden yang akan datang. Selain itu, di lingkungan teman pergaulan informan juga memiliki pandangan yang sama dengan informan sehingga hal tersebut membuat *broadcast message* yang ditujukan untuk mengubah tanggapan atau gagasan seseorang justru malah memperkuat gagasan yang sudah ada tersebut.

Adanya suatu referensi *web* atau a*kun* di sosial media yang membuat informan yakin dalam menyampaikan suatu informasi atau pemberitaan pada nilai kebenarannya sehingga informan kedua lebih selektif dalam menerima *broadcast* dari luar *web* atau *akun* yang dianggap sebagai referensi utama tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut dapat diartikan bahwa proses *compliance* politik yang terjadi pada informan kedua terjadi karena adanya tokoh yang di idolakan, lingkungan teman pergaulan yang memiliki pandangan politik yang sama, dan adanya suatu *web* atau *akun* yang dijadikan sebagai referensi utama.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bagan 2.



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Informan ketiga (D)

1) Aspek timbal balik

Pada umumnya orang lebih bersedia untuk memenuhi permintaan dari orang yang sebelumnya pernah atau telah memberikan bantuan atau kemudahan bagi daripada menuruti seseorang yang tidak pernah melakukanya. Dengan kata lain, orang merasa harus membayar apa yang telah dilakukan orang lain sebelumnya. Kebutuhan untuk saling memberi dan menerima telah menembus perbedaan kultural, jarak, selera, dan keinginan pribadi. Ringkasnya, meskipun ada banyak rintangan, kewajiban untuk membalas akan selalu muncul dan menang.

Seperti dalam kutipan wawancara berikut ini :

"kalau bantuan ya BPJS itu mas, kan itu programnya pemerintah sekarang terus kebetulan anggota keluarga juga ada yang lagi sakit hampir sebulan di rawat di rumah sakit karena kecelakaan, tapi untungnya karena ada BPJS itu jadi bisa di cover biaya rawatnya jadi gak terlalu berat lah".(pandangan mata mengarah ke atas kemudian menganggukkan kepala ke atas dan ke bawah) **(BD.D.35.04102018).**

Menurut pengamatan *significant other*, yaitu A sebagai teman dekat dari subjek :

"kalau setau saya bantuan itu se cuma nerima BPJS yang program pemerintah itu mas soalnya kan dapat fasilittas dari tempat kerjanya**"(BD.A.20.06102018).**

Sedangkan menurut pengamatan *signifkan other*, yaitu M sebagai teman dekat dari subjek :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"setahu saya gak pernah mas kalau beasiswa atau bantuan dari kelompok politisi. Dia kan selama kuliah ini kerja sambilan mas jadi yang buat kuliah sama kesehariaanya pakai uangnya sendiri" (**BD.M.38.06102018).**

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan selama proses wawancara terhadap subjek D, subjek terlihat sedikit kesal dan dengan nada biacara yang tinggi, lalu posisi duduk yang agak maju ke depan dengan tangan bergerak-gerak saat bercerita.

2) Aspek komitmen atau konsistensi

Seseorang yang telah berkomitmen terhadap suatu kedudukan atau tindakan, orang akan lebih bersedia untuk memenuhi permintaan mengenai tingkah laku yang konsisten dengan posisi atau tindakan tersebut daripada permintaan yang tidak konsisten dengan posisi atau tindakan tersebut. Pada kultur masyarakat perilaku orang yang ucapannya, keyakinannya, dan janjinya saling bertentangan akan dianggap sebagai orang yang tidak mampu, binggung, bermuka dua, bahkan sakit jiwa. Sebaliknya, orang yang memiliki konsistensi tinggi sering kali diasosiasikan dengan kekuatan personal dan intelektual. (Cialdini, 2005).

Seperti dalam kutipan wawancara berikut ini :

"engak mas, cuma ikut forum diskusi aja di twitter, tapi teman saya ada yang ikut simpatisannya pak jokowi". **(BD.D.37.04102018).**

Menurut pengamatan *significant other*, yaitu A sebagai teman dekat dari subjek :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"setahu saya engak mas soal e gak pernah cerita apa-apa sama saya. Tapi kurang tau mas ya kalau di sosial media soal e dia itu kayak aktif ngikuti diskusi maslah politik di twitter" **(BD.A.24.06102018).**

Sedangkan menurut pengamatan *signifkan other*, yaitu M sebagai teman dekat dari subjek :

"banyak kayak e mas. Mulai dari grup film,suporter, anime, sampai politik-politik gitu dia ikut mas" (**BD.M.18.06102018).**

3) Aspek pembuktian sosial

Orang akan lebih bersedia dalam memenuhi permintaan untuk melakukan beberapa tindakan jika tindakan tersebut konsisten dengan apa yang dipercaya untuk dilakukan atau dipikirkan oleh orang lain yang mirip dengannya. Orang ingin menjadi benar, dan salah satu caranya adalah dengan bertindak dan berpikir seperti orang lain. Orang mempunyai kecenderungan untuk menganggap bahwa aksi patut dilakukan karena orang lain juga melakukannya.

Sebagai bagian dari dari masyarakat individu mempunyai anggapan jika bertindak atau melakukan suatu hal yang sesuai dengan arus sosial maka kesalahan yang diakibatkan oleh individu tersebut akan menjadi semakin sedikit ketimbang jika individu tersebut melawan arus. Pada beberapa kasus biasanya jika terdapat banyak orang yang melakukan sesuatu, maka sesuatu tersebut tampaknya menjadi sesuatu yang benar untuk dilakukan.

Seperti dalam kutipan wawancara berikut ini :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"gak sampai gitu mas, teman saya ikut e itu kayak aktif komen-komen atau berita tentang pak jokowi di twitter". **(BD.D.39.04102018).**

Menurut pengamatan *significant other*, yaitu A sebagai teman dekat dari subjek :

"saya kan kenal DP udah cukup lama. Terus saya juga sering main kerumahnya gitu mas. Setau saya sih keluarganya gak ada yang ikut partai politik atau simpatisan mas" **(BD.A.32.06102018).**

Sedangkan menurut pengamatan *signifikan other*, yaitu M sebagai teman dekat subjek :

"engak mas. Setahu saya gak ada yang terjun ke dunia politik keluarganya" **(BD.M.52.06102018).**

4) Aspek rasa suka atau pertemanan

Untuk melancarkan tujuannya agar permintaan yang diajukan pada orang lain dapat sesuai. Individu menggunakan beberapa macam cara agar secara terus-menerus dapat menimbulkan rasa suka. Seperti, terdapat suatu daya tarik fisik, adanya suatu kemiripan, pemberian suatu pujian, kontak dan kerja sama, dan adanya pengkondisian dan asosiasi. Seseorang memiliki kecenderungan untuk lebih bersedia memenuhi permintaan dari seorang teman atau orang-orang yang disukai dibandingkan memenuhi permintaan orang asing yang tidak disukai. Namun, pada prinsip dasar ini juga telah banyak digunakan oleh orang yang benar-benar asing bagi individu untuk mendapatkan persetujuan atas permintaannya dengan cara membuat individu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut menyukai telebih dulu orang yang akan melakukan permintaan atasnya. (Cialdini, 2005).

Seperti dalam kutipan wawancara berikut ini :

"kalau di politik sih saya ngidolain pak mahfud sama sandiaga mas". **(BD.D.27.04102018).**

"menurut saya keren sih mas gaya politiknya beliau-beliau, saya tahu pemberitaan itu jarang ada berita negatifnya dari beliau-beliau makanya saya ngidolain". **(BD.D.29.04102018).**

Menurut pengamatan *significant other*, yaitu A sebagai teman dekat dari subjek :

"setahu saya D itu ngidolain pak mahfud sama sandiaga mas, soalnya DP pernah diskusi sama saya terus cerita-cerita juga kalau DP itu ngidolain pak mahfud sama sandiaga" **(BD.A.08.06102018).**

Sedangkan menurut pengamatan *signifikan other*, yaitu M sebagai teman dekat subjek :

"kalau gak salah dia beberapa kali nyinggung soal sandi mas. Tiap dia ngobrol masalah politik hampir nyangkutin sandi. Kayaknya dia ngidolain sandi mas"(**BD.M.26.06102018)**

5) Aspek Otoritas

Orang akan lebih bersedia untuk memenuhi permintaan dari seseorang yang memiliki kekuasaan yang sah atau seseorang yang tampaknya memiliki kekuasaan semacam itu. Ketika kepatuhan pada kekuasaan adalah sesuatu yang sangat dihargai, maka orang akan dengan mudah membiarkan dirinya hanyut dalam kepatuhan otomatis. Imbalan dan hukuman yang terus menerus dari kepatuhan buta tersebut merupakan karakter

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mekanik. Untuk itu orang merasa tidak perlu berpikir untuk melakukannya atau tidak. Untuk lebih menguatkan prinsip dasar ini Cialdini (2005) menyebutkan beberapa faktor yang dapat digunakan.

Seperti dalam kutipan wawancara berikut ini :

”Sebener’e saya kalau di sosial media itu ada satu akun yang bisa saya percaya sama kalau lagi *browsing-browsing* gitu ada satu *web* yang bisa saya percaya jadi kalau di berita-berita lain itu beritanya beda ya saya percaya sama yang satu itu, soalnya kan banyak *buzzer* yang tadi tak bilang itu mas” **(BD.D.45.04102018)**.

Menurut pengamatan *significant other*, yaitu A sebagai teman kerja dari subjek :

“iya mas , dia kan sering diskusi sama saya. Nah pas diskusi sama saya itu dia sering nyebutin hasil diskusi di sosial media itu, malah kayak jadi refensinya dia pas diskusi sama saya” **(BD.A.26.06102018).**

Sedangkan menurut pengamatan *signifikan other*, yaitu M sebagai teman dekat subjek :

“saya pernah dikasih lihat mas , saya juga pernah pinjam hp dia terus gak sengaja lihat grup-grup yang ada di sosmednya”**(BD.M.20.06102018).**

6) Aspek kelangkaan

Suatu keterbatasan akan ketersediaannya akan membuat seseorang untuk menghargai dan berusaha untuk mempertahankan hasil atau objek yang langka karena ketersediaannya akan terus berkurang. ini dapat berjalan efektif jika menerapkan faktor pendukungnya. Seperti, *reaktansi*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

psikologi (terdapat dua sumber kekuatan dalam teori ini. Pertama kedalaman pengetahuan dan kedua orang cenderung memiliki hasrat untuk mempertahankan hak prerogatif yang dimiliki), dan kondisi optimal (prinsip kelangkaan menjadi lebih efektif pada waktu-waktu tertentu).

Seperti dalam kutipan wawancara berikut ini :

"gimana mas ya ? sekarang ini banyak *buzzer* kan di sosial media jadi ya agak sulit buat langsung percaya sama apa yang diberitain di sosial media, kita (para pengguna sosial media) jadi ya harus lebih teliti kalau nerima berita-berita politik gitu" **(BD.D.41.04102018).**

"simple mas, saya banding-bandingin antara berita satu sama berita lainnya"**(BD.D.43.04102018).**

Sedangkan menurut pengamatan *signifikan other*, yaitu M sebagai teman dekat subjek :

"ee.. pada dasare kan emang ada beberapa tipe orang yang seperti itu ya mas. Kayaknya D itu salah satunya"**(BD.M.62.06102018).**

Pada informan ketiga *broadcast message* yang diterimanya berupa pencapaian – pencapaian prestasi yang dilakukan oleh salah satu tokoh yang berada di kelompok politik. Sebelum informan mengidolakan kelompok politik yang sekarang, informan mengidolakan kelompok politik yang berseberangan dengan yang saat ini. Informan memiliki seorang sahabat yang cukup dekat yang memiliki pandangan politik yang berbeda dengan informan sebelum yang saat ini. Selain itu, lingkungan pergaulan informan yang memiliki pandangan politik yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sama dengan sahabat informan menjadi suatu alasan untuk informan berpindah mengidolakan kelompok politik lain.

Pesan komunikasi persuasif yang diterima oleh informan dapat dikatakan menjadi suatu pesan yang mengubah tanggapan melalui perubahan tanggapan persuasif untuk mengubah perilaku terhadap produk, gagasan atau konsep. Dalam menerima pesan informan ketiga bertindak secara responsif yang artinya mudah berubah dengan mengikuti waktu, peristiwa dan kondisi sesaat.

Adanya suatu keyakinan bahwa fasilitas yang diterimanya merupakan suatu wujud dari pemberian bantuan kelompok politik membuat *broadcast message* yang diterima oleh informan menjadi lebih mudah untuk disepakati. Selain itu, dengan bergabungnya informan dengan grup – grup simpatisan yang ada di sosial media menjadikan informan ketiga ini semakin konsisten dengan pilihannya tersebut.

Munculnya suatu anggapan pada informan ketiga mengenai pemberitaan di sosial media yang berusaha untuk ditutup – tutupi oleh oknum yang tidak mengingikan berita itu tersebar secara luas membuat informan semakin yakin akan pilihan kelompok politik yang saat ini didukungnya.

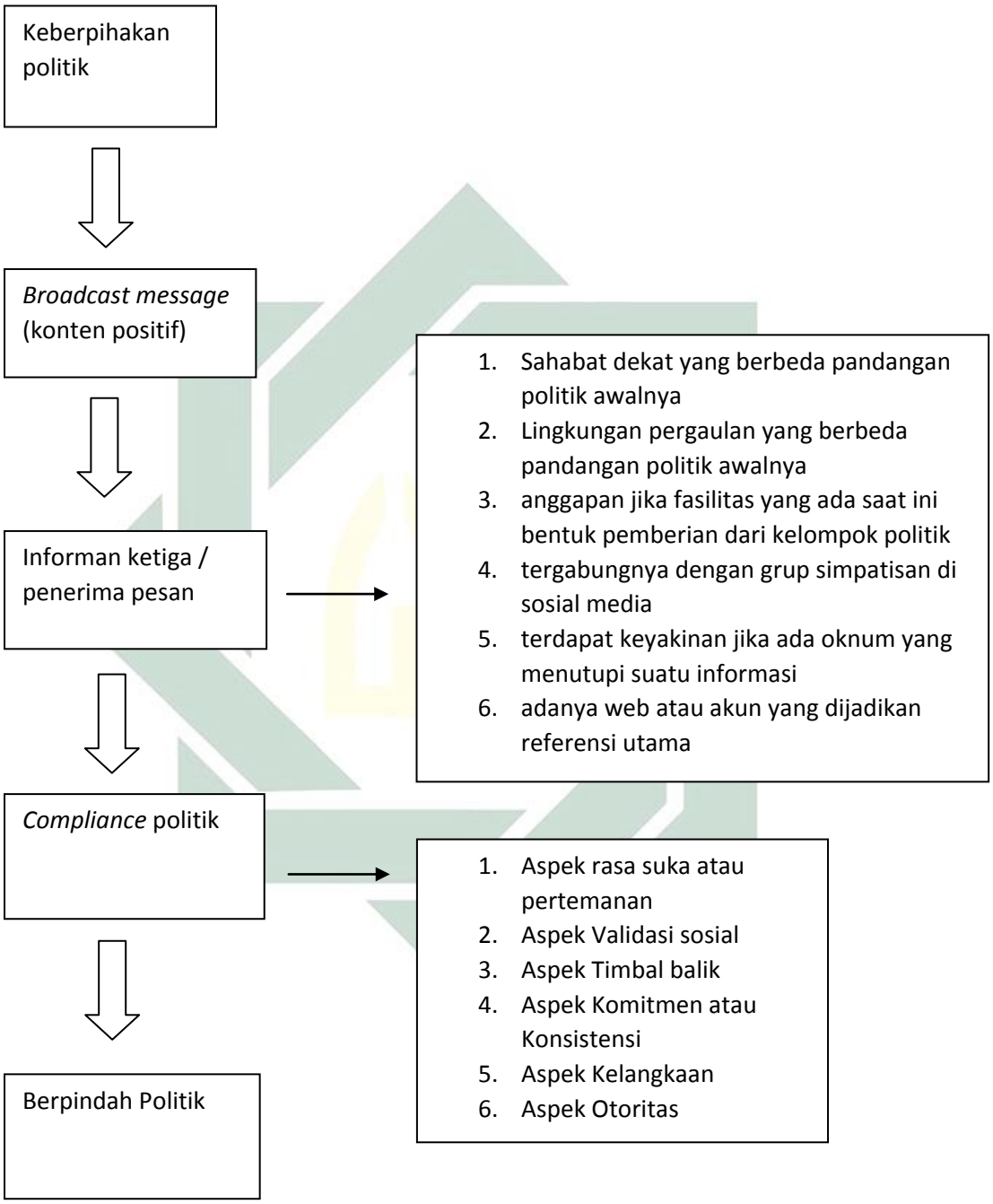
Berdasarkan hal tersebut proses *compliance* politik yang terjadi pada infroman ketiga melalui enam hal. Yaitu, adanya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seorang sahabat dekat yang berseberangan pandangan politik dengan informan, lingkungan pergaulan yang memiliki pandangan politik yang sama dengan sahabat dekat informan, adanya anggapan bahwa fasilitas yang diterima informan sebagai pemberian bantuan dari kelompok politik, tergabungnya informan dengan grup – grup simpatisan di sosial media, dan keyakinan pada pemberitaan yang sedikit terpublikasi merupakan suatu informasi yang memiliki nilai kebenaran yang besar.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bagan 3.



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 1. Proses *Compliance* Politik Ketiga Informan

No	Penerima *Broadcast Message*	*Broadcast Message*	Data lapangan pada Informan	Aspek yang Muncul	*Compliance* Politik
1	Netral Politik	Kritik Negatif	Terdapat teman profesional politik hingga pengamat politik	Validasi sosial	Keberpihakan Politik
			Keyakinan bahwa informasi ditutupi rezim berkuasa untuk suatu kepentingan	Kelangkaan	
			Adanya grup *WhatsApp* yang dipercaya	Otoritas	
2	Keberpihakan Politik	Kritik Negatif	Mengidolakan tokoh politik	Rasa suka	Keberpihakan Politik
			Lingkungan pergaulan yang berpandangan politiknya beragam	Validasi sosial	
			Adanya *web* atau akun yang dipercaya	Otoritas	
3	Keberpihakan Politik	Pujian Positif	Menerima BPJS	Timbal Balik	Berpindah Politik
			Memiliki sahabat yang berbeda pandangan politik awalnya	Rasa suka atau pertemanan	
			Keyakinan pada oknum yang menutupi berita untuk kepentingan pribadi	Kelangkaan	
			Tergabung dengan grup simpatisan politik di sosial media	Komitmen atau Konsistensi	
			Lingkungan pergaulan yang berbeda pandang politik dengan informan	Validasi sosial	
			Adanya keyakinan jika grup yang diikuti merupakan hal yang bisa dipercaya	Otoritas	

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Analisis Temuan Peneliti

Setiap subjek memiliki perbedaan dalam proses *compliance* politik yang dialami. Seperti halnya pada ketiga subjek tersebut. Beberapa temuan peneliti yang dianalisis atau diinterpretasikan sebagai rumusan hasil temuan :

a. Informan Pertama (P)

1) Aspek Timbal Balik

Aspek timbal balik pada P tidak ditemukan karena P tidak pernah menerima suatu bantuan, beasiswa, atau kemudahan apapun yang diberikan oleh kelompok politik tertentu **(BD.P.30.03102018).**

2) Aspek Komitmen atau Konsistensi

Pada subjek pertama tidak ditemukan adanya suatu komitmen yang mengikatnya untuk bersikap *compliance* pada informasi yang diterima melalui *broadcast message* di sosial media karena subjek tidak terlibat dalam kelompok politik tertentu. **(BD.P.36.03.10.2018).**

3) Aspek Pembuktian Sosial

Aspek pembuktian sosial pada P ditemukan bahwa lingkungan keluaragnya memiliki pandangan politik yang netral. Namun, di lingkungan teman pergaulannya memiliki pandangan politik yang beragam. **(BD.P.26.03102018).**

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Aspek Rasa Suka atau Pertemanan

Pada subjek pertama aspek rasa suka atau pertemanan tidak ditemukan karena subjek menggangap bahwa tokoh politik saat ini tidak sesuai dengan nilai – nilai yang seharusnya ada dalam bidang politik tersebut. **(BD.P.16.03102018).**

5) Aspek Otoritas

Aspek otoritas pada subjek pertama ditemukan melalui adanya suatu grup diskusi yang di iikuti oleh subjek sebagai bahan referensi utama dalam mengolah suatu informasiyang bertebaran di masyarakat. **(BD.P.38.03102018).**

6) Aspek Kelangkaan

Aspek kelangkaan pada subjek pertama ditemuakan bahwa subjek meyakini informasi yang sangat sedikit di publikasi merupakan informasi yang berusaha untuk ditutupi oleh orang yang berkuasa untuk mencegah masyarakat mengetahuinya. **(BD.P.34.03102018).**

b. Informan Kedua (H)

1) Aspek Timbal balik

Aspek timbal balik pada H tidak ditemukan adanya suatu bantuan atau kemudahan yang diterima melalui suatu kelompok politik tertentu **(BD.H.40.08102018).** Hal itu juga sesuai dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang disebutkan D sebagai ayah dari informan kedua H **(BD.D.24.09102018).**

2) Aspek Komitmen atau Konsistensi

Aspek komitmen atau konsistensi pada H muncul ketika informan memperoleh informasi yang menyudutkan kecondongannya pada kelompok politik. Namun, informan masih memliki keyakinan akan kelompok politik yang dibelanya tersebut masih memiliki nilai kebenaran **(BD.H.24.08102018)**.

3) Aspek Pembuktian Sosial

Pada subjek kedua memiliki salah seorang kerabat yang terlibat sebagai simpatisan salah satu kelompok politik yang berseberangan pandangan politik dengan H **(BD.H.54.08102018).** Namun, juga terdapat beberapa teman di lingkungan pergaulannya yang menjadi simpatisan salah satu tokoh yang sama dengan H **(BD.H.38.08102018)**.

4) Aspek Rasa Suka atau Pertemanan

Pada subjek kedua memiliki seorang tokoh idola politik yang membuatnya untuk selalu mengikuti pemberitaan yang menampilkan tokoh tersebut **(BD.H.30.08102018)** juga di lingkungan teman pergaulan H terdapat sebagian individu yang memiliki pandangan politik yang cukup beragam. Mulai dari yang sama dengan H hingga yang berseberangan pandangan politik **(BD.H.54.08102018).**

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5) Aspek Otoritas

Pada subjek kedua ditemukan adanya suatu figur yang dianggap berhak dalam mempublikasikan informasi seperti di sosial media **(BD.H.50.08102018)**. Selain itu, tidak ditemukannya adanya sosok figur yang membuat subjek bersikap *compliance* akan suatu informasi yang pernah diterimanya. Hal serupa juga di sebutkan oleh S sebagai kerabat dari H **(BD.S.36.10102018).**

6) Aspek Kelangkaan

Pada subjek kedua aspek kelangkaan ditemukan bahwa suatu informasi yang sedikit publikasi belum sepenuhnya memiliki nilai kebenaranya namun juga memiliki kemungkinan jika informasi tersebut memang kurang diyakini kebenarannya sehingga kurang terpublikasi **(BD.H.52.08102018).**

c. Informan Ketiga (D)

1) Aspek Timbal Balik

Pada subjek ketiga terdapat aspek timbal balik yang diyakini subjek sebagai suatu pemberian bantuan dari suatu kelompok politik (**BD.D.35.04102018).** Hal serupa juga dikatan oleh A sebagai *signifkan other* DP **(BD.A.20.06102018).**

2) Aspek Komitmen atau Konsistensi

Aspek komitmen atau konsistensi juga ditemukan pada subjek ketiga bahwa subjek merupakan salah satu anggota dari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

simpatisan kelompok politik tertentu yang akan mencalonkan diri pada pemilihan yang akan datang **(BD.D.37.04102018).**

3) Aspek Pembuktian Sosial

Pada subjek ketiga ditemukan akan adanya aspek pembuktian sosial melalui di lingkungan keluarganya tidak memiliki keterlibatan pada kelompok politik tertentu. Sedangkan, pada lingkungan teman pergaulannya ditemukan bahwa pada awalnya subjek berbeda pandangan dengan teman – temannya. Tapi, setelah beberapa sat kemudian pandangan subjek berubah dan mengikuti pandangan dari lingkungan teman pergaulannya. **(BD.D.37.04102018)** hal tersebut di dukung oleh pernyataan salah satu *signifkan other* **(BD.A.10.06102018)** yang menyatakan bahwa informan tersebut berbeda pandangan dalam politik dengan D.

4) Aspek Rasa Suka atau Pertemanan

pada subjek keitga ditemukan bahwa subjek mengidolakan dua tokoh politik yang berbeda dengan lingkungan teman pergaulannya. **(BD.D.27.04102018)**. hal tersebut di dukung oleh A sebagai *signifikan other* (**BD.A.08.06102018).**

5) Aspek Otoritas

Aspek otoritas pada subjek ketiga ditemukan melalui suatu akun dan juga web yang di yakini oleh subjek sebagai figur yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berhak untuk menyampaikan suatu informasi. **(BD.D.45.04102018).**

6) Aspek Kelangkaan

Aspek kelangkaan yang ditemukan pada subjek ketiga merupakan suatu keyakinan pada informasi yang dianggap sedikit publikasi adalah suatu informasi yang benar adanya dan berusaha di tutupi oleh oknum – oknum melalui suatu cara tertentu **(BD.D.41.04102018).**

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil data yang diperoleh dari wawancara dan observasi yang dibahas pada bab sebelumnya, selanjutnya akan di bahas mengenai hasil analisis dari proses *compliance* politik penerima *broadcast message* di sosial media. Pada sub bab analisis data telah digambarkan bagaimana hasil analisis dari masing-masing pertanyaan peneliti. Pembahasan lebih lengkapnya adalah sebagaimana berikut ini dari data ketiga subjek.

Compliance menurut Chaplin (2002) mendefinisikan sebagai pemenuhan, mengalah dengan kerelaan, menyerah, mengalah membuat suatu keinginan sesuai dengan harapan orang lain. *Compliance* politik adalah suatu bentuk pengaruh sosial yang berupaya untuk membuat orang lain setuju atau sepakat akan suatu kegiatan politik. Seperti misalnya, ketika seorang tokoh politisi atau kelompok politisi tertentu yang menunjukkan atau menampilkan tentang prestasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang telah diraihnya selama menjabat pada masa periode tertentu dengan maksud agar tokoh tersebut atau golongannya terpilih kembali oleh masyarakat pada masa pemilihan. Kegiatan politik tersebut merupakan upaya untuk mempengaruhi orang lain atau masyarakat dengan menampilkan citra diri positif yang ingin untuk disetuju atau disepakati orang lain sehingga tokoh atau golongannya akan dianggap sukses selama menjabat pada periodenya kemudian dengan harapan agar tokoh atau golongannya tersebut dapat terpilih kembali pada pemilihan.

Guadagno (2013) menemukan bahwa validasi sosial juga berpengaruh dalam konteks berbasis teks online. Hal tersebut ditemukan pada ketiga informan yang memiliki bentuk *compliance* dalam dirinya. Seperti, pada P yang memiliki aspek *compliance* karena di lingkungan keluarganya memiliki pandangan yang netral pada pemberitaan politik yang disertai juga lingkungan teman pergaulannya memiliki pandangan politik yang beragam sehingga selama P berkuliah ia memiliki pandangan yang netral. Namun, saat P akan selesai menempuh pendidikannya di universitas P menerima informasi yang membuat netralitas dalam pandangannya berpolitik menjadi mempunyai keberpihakan.

Latar belakang ketiga informan juga memiliki perbedaan dalam bidang yang berhubungan dengan pemberitaan politik. Pada informan pertama memiliki keluarga yang berusaha untuk tidak memiliki

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keberpihakan pada kelompok politik tertentu. Pada informan kedua memiliki saudara yang menjadi simpatisan salah satu kelompok politik tertentu. Serta, informan ketiga yang memiliki keluarga yang memiliki lebih sedikit perhatian pada hal- hal yang berkaitan dengan pemberitaan politik saat ini.

Naomi (2010) menemukkan bahwa pujian merupakan cara yang efektif untuk membuat orang patuh tapi tentu karena adanya alasan yang diharapkan. Suatu rasa suka yang timbul pada seorang tokoh akan memiliki dampak yang besar pada orang – orang yang mengidolakannya. Dampak tersebut juga berlaku pada ketiga informan dalam penelitian ini. Pada subjek pertama karena subjek awalnya tidak mengidolakan tokoh manapun yang ada saat ini subjek pertama tersebut tidak memiliki keberpihakan pada kelompok politik tertentu.

Subjek kedua di penelitian ini peneliti menemukan jika subjek mempunyai sosok idola di bidang politik sehingga hal itu membuat subjek tidak terpengaruh akan ajakan saudaranya untuk ikut berpartisipasi menjadi partisipan di kelompok politik yang di dukung tersebut. Serta, pada subjek ketiga yang mempunyai sosok idola karena teman-teman dari subjek yang selalu membujuk subjek untuk mendukung kelompok politik tertentu sehingga subjek mendukung kelompok lain meskipun sosok yang di idolakannya itu berada di kelompok politik yang berbeda.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Munculnya *compliance* pada setiap individu tidak terlepas melalui keberagaman budaya dalam mengembangkan bentuk informasi yang memberitahu jika sebuah permintaan dapat menjadi benar dan menguntungkan. Manusia cenderung berespons secara otomatis terhadap permintaan orang lain. Artinya, manusia memiliki pola tingkah laku yang otomatis dipicu oleh adanya satu bentuk informasi yang relevan dalam situasi tertentu. Informasi tersebut memicu individu untuk mengambil tindakan tanpa menganalisis seluruh informasi yang ada dengan hati-hati. (Cialdini dalam Sarlito & Eko, 2015).

Berdasarkan temuan peneliti di lapangan tidak ditemukannya ada aspek timbal balik pada informan pertama dan informan kedua. Tapi, pada informan ketiga beranggapan jika informan mendapatkan suatu bantuan dari kelompok politik sehingga aspek timbal balik itu muncul pada informan ketiga. Aspek timbal balik pada informan ketiga muncul disebabkan oleh karena terdapat salah satu anggota keluarga informan yang mengalami kecelakaan dan sedang dirawat di salah satu rumah sakit yang ada di sidoarjo yang mendapat bantuan biaya rumah sakit melalui BPJS selama menjalani perawatan pasca kecelakaan tersebut.

Aspek otoritas yang ditemukan pada penelitian ini memiliki suatu kesamaan antara ketiga informan. Seperti, misalnya pada informan pertama dan ketiga yang memiliki keyakinan pada grup diskusinya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang terdapat di salah satu sosial media untuk mengolah – mengolah kembali suatu isu yang beredar di masyarakat melalui kegiatan dialog antar anggota juga penggunaan referensi yang diyakini masing – masing anggota sehingga para anggota di grup tersebut memiliki suatu kesimpulan pada isu yang tengah menjadi pembicaraan tersebut.

Pada informan kedua aspek otoritas yang mencul melalui suatu *web* atau akun di sosial media. Namun, informan tidak tergabung dalam grup atau kelompok di sosial media seperti pada informan pertama dan ketiga. Hal tersebut seperti yang dikemukakan oleh Cialdini (2005) adanya konotasi bukan konten (orang lebih rapuh pada simbol daripada substansinya), titel (adanya titel bukan saja membuat lawan bicaranya lebih akomodatif tapi juga dapat membuat pembicara tampak lebih tinggi), pakaian. Seorang individu akan mau untuk memenuhi permintaan orang lain salah satunya karena terdapat kekuasaan yang sah atau seseorang yang tampaknya memiliki kekuasaan semacam itu. Ketika kepatuhan pada kekuasaan adalah sesuatu yang sangat dihargai, maka orang akan dengan mudah membiarkan dirinya hanyut dalam kepatuhan otomatis.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga informan dalam penelitian ini tidak ditemukan adanya aspek komitmen atau konsistensi *compliance* pada informan pertama dan informan ketiga. Kedua informan ini memiliki keyakinan bahwa politikus yang berpindah – pindah partai merupakan suatu hal yang biasa demi mencapai tujuan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang ingin dicapai. Pada informan kedua mengaku bahwa tidak ikut tergabung dalam kelompok simpatisan dan hanya sekedar ikut berkomentar di sosial media ketika kelompok politik yang di dukungnya itu sedang menjadi bahan perbincangan. Seperti pada Petrova (2007) yang di survei secara online menunjukkan bahwa partisipan dengan budaya individualistik lebih konsisten jika dibandingkan dengan budaya kolektivistik.

Pada informan dalam penelitian ini peneliti menemukan jika dalam mencari berita atau informasi yang sedikit publikasi pada informan pertama dan ketiga meyakini bahwa hal itu merupakan suatu informasi yang benar namun memang sengaja untuk di tutupi informasi tersebut sehingga masyarakat yang akan mengkonsumsi berita atau informasi tersebut menjadi kesulitan bahkan mungkin menjadi tidak mengetahui akan adanya berita atau informasi tersebut.

Berbeda dengan kedua informan sebelumnya di informan kedua memiliki keyakinan jika informasi berita yang sedikit publikasinya belum dianggap sebagai kebenaran yang berusaha untuk di tutupi namun informan juga membuka kemungkinan jika informasi berita yang sedikit publikasi tersebut bisa juga berpotensi berita informasi yang kurang benar sehingga informasi berita tersebut tidak terlalu di *ekspose* secara luas di masyarakat. Cialdini (2005) mengemukakan bahwa aspek kelangkaan akan lebih efektif jika menerapkan faktor pendukungnya seperti *reaktansi* psikologi, dalam teori ini kedalaman

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengetahuan dan kecenderungan memiliki hasrat untuk mempertahankan hak prerogatif yang dimiliki, serta kondisi optimal akan membuat proses *compliance* berjalan lebih efektif berdasarkan aspek kelangkaan tersebut.

Peneliti menemukan adanya aspek validasi sosial atau pembuktian sosial yang mencul pada ketiga subjek penelitian ini. Seperti, pada subjek pertama pembuktian sosial muncul dari banyaknya ragam pandangan politik di lingkungan teman pergaulan subjek sehingga hal itu membuat subjek untuk lebih memilih bersikap netral pada awalnya dengan mengikuti nila- nilai pandangan politik yang telah diterapkan di lingkungan keluarganya.

Pada subjek kedua ditemukan adanya teman – teman di lingkungan pergaulan yang menaruh simpati pada salah satu kelompok politik tertentu sehingga informan turut mengikuti apa yang ada di lingkungan teman pergaulannya. Hal tersebut juga terjadi pada informan ketiga yang pada awalnya memiliki sosok tokoh politik yang di idolakan di salah satu kelompok politik. Namun, teman – teman yang ada di pergaulannya memiliki keberpihakan pada kelompok politik yang tidak berseberangan dengan kelompok politik yang di idolakan oleh informan sehingga informan kemudian juga memiliki keberpihakan pada kelompok politik yang sama dengan teman yang ada di pergaulannya. Meskipun kelompok politik tersebut tidak terdapat sosok tokoh yang di idolakannya itu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan tentang proses *compliance* politik penerima *broadcast message* di sosial media, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Informan Pertama

   Pada informan pertama memiliki latarbelakang yang netral pada kelompok politik yang ikut berpartisipasi dalam pelaksanaan pemilihan legislatif dan pemilihan presiden serta wakil presiden tahun 2019. Namun, karena adanya aspek yang muncul pada informan yakni aspek pembuktian sosial, aspek kelangkaan dan aspek otoritas berupa informasi politik melalui *broadcast message* yang di terima informan yang menyebutkan kritik pada salah satu tokoh yang berada di kelompok politik, Informan tersebut memiliki keberpihakan pada kelompok politik tertentu.

2. Informan Kedua

   Pada informan kedua memiliki keyakinan pandangan politik pada suatu kelompok politik tertentu. Informan memiliki anggota keluarga yang merupakan simpatisan kelompok politik yang berseberangan dengan informan. Beberapa kali anggota keluarganya ini berusaha mengajak informan untuk ikut dalam acara politik yang didukungnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Namun, informan tidak mau dan tetap pada keyakinan politiknya. Aspek yang muncul pada informan kedua yakni aspek rasa suka atau pertemanan, aspek pembuktian sosial, dan aspek otoritas berupa informasi *broadcast message* yang diterima dari teman-teman pergaulannya yang berisi kritik pada tokoh yang di idolakannya.

3. Informan Ketiga

Pada informan ketiga memiliki latarbelakang yang memiliki keberpihakan pada suatu kelompok politik yang dianggap sebagai kelompok yang ideal. Namun, terdapat enam aspek yang muncul pada informan ketiga yakni aspek rasa suka atau pertemanan, aspek timbal balik, aspek komitmen atau konsistensi, aspek pembuktian sosial, aspek kelangkaan dan aspek otoritas. Berupa informasi – informasi yang menunjukkan akan adanya suatu prestasi pencapaian salah satu tokoh politik yang ada di kelompok politik yang berseberangan dengan pandangan informan sebelumnya sehingga informan beralih keberpihakan pada kelompok politik tersebut karena dianggapnya tokoh tersebut memiliki pencapai prestasi yang ideal menurut informan.

B. Saran

1. Saran kepada Pengguna sosial media

Bagi para pengguna sosial media agar dapat lebih selektif dalam menerima suatu informasi yang baru diterima sehingga tidak mudah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

termakan oleh isu – isu yang belum tentu kebenarannya yang ditimbulkan oleh oknum tidak bertanggung jawab

2. Saran kepada Simpatisan kelompok politik di sosial media

   Bagi para simpatisan dalam menyampaikan suatu informasi pada masyarakat agar dapat menggunakan bahasa yang tidak bersifat provokatif sehingga dapat menciptakan suasana yang tetap kondusif

3. Saran kepada peneliti selanjutnya

   Dalam penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan menggunakan metode penelitan yang berbeda. Seperti, metode penelitian eksperimen dan kuantitatif agar data menjadi lebih akurat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Arifin, A. 2010. *Opini Publik*. Gramata Publishing: Depok

Armayati, L. 2014. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepatuhan Mahasiswa dan Karyawan terhadap Peraturan Kawasan Tanpa Rokok Di Lingkungan Kampus Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau. *Journal RAT*, 2014,3 (3).

Baron, R & Byrne, D. (2005). *Psikologi sosial Jilid 2*. Erlangga : Jakarta

Budhijanto, D .2010. *Hukum Telekomunikasi, Penyiaran, dan Teknologi Informasi, Regulasidan Konvergensi.* RefikaAditama: Bandung

Budiyono, 2016. Media Sosial dan Komunikasi Politik: Media Sosial sebagai Komunikasi Politik Menjelang PILKADA DKI Jakarta. 2017. *Jurnal Komunikasi.* 2016, 11, (1).

Buyens, J. 2001. *Web database development.* Elex media komputindo : Jakarta

Bohang, F. K, (2018, Februari).Jumlah pengguna internet Indonesia. diakses pada 09 Mei 2018 dari https://tekno.kompas.com/read/2018/02/22/16453177/berapa-jumlah-pengguna-internet- indonesia

Chaplin, J, P. 2002. *Kamus lengkap psikologi*. PT Raja Grafindo Persada : Jakarta

Cialdini, R, B. 2005. *Psikologi Persuasif. Merekayasa Kepatuhan*. Kencana : Jakarta

Creswell, J, W. 2010. *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. PT Pustaka Pelajar : Yogyakarta

Djamal, H & Fachruddin, A. 2011. *Dasar dasar penyiaran*. Prenada media group : Jakarta

Febrianti, W, 2017. Perbandingan kepuasan pengguna aplikasi *chatting* berdasarkan analisa sentimen menggunakan Metode Lexicon Based. *skripsi*. 2017

Fitria, 2016. Analisis efek penggunaan media sosial line messenger pada remaja di SMK Negeri satu Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 2016, 4, (4).

Guadagno, R. L, N. Muscanell. Rice, L. Roberts, N. 2013. Social Influence Online : The Impact of Social Validation and Likability on Compliance, *psychology of popular media culture*, 2013, 2,(1), 51-60.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gueguen, N. Afifi, F. Brault, S. Sire, V. Leforestier, P. Morzedec, A. Piron, E. 2011. Failure of Tactile Contact to Increase Request Compliance: The Case of Blood Donation Behavior, *Journal of Articles in support of the Null Hypothesis*. 2011, 8,(1).

Grant, N. Fabrigar, L .Lim, H. 2010. Exploring the Efficacy of Compliments as a Tactic for Securing Compliance, 2010, *Basic and applied Social Psychology*, 32, 226-233.

Hermaini., Anastasia, D.F, Agung., I.M, dan Munthe., R.A. 2016. *Psikologi kelompok, integrasi psikologi dan islam* .PT Raja Grafindo Persada:Jakarta

Ikhsanudin, A.(2018,April).kronologi cfd bundaran hi. diakses pada 08 Mei 2018 dari https://m.detik.com/news/berita/3996180/2019gantipresiden-ramaikan-cfd-bundaran-hi

Kamus Besar Bahasa Indonesia Online. (2018,Mei) pengertian media dan sosial. diakses pada 08 Mei 2018 dari https://kbbi.web.id/media

Kaplan, A, M. & Haenlein, M. 2010. *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*, 2010, 53, (1)

Karjaluoto, E. 2008. *A Primer in Sosial Media*. A SmashLAB White Paper

Kasih, F. & Yasin, M, S. 2016. Perancangan *chatting room* berbasis *network*. *Journal of Computer Engineering, System and Science*, 2016, 1, (2)

Kulsum, U & Jauhar, M. 2014. *Pengantar psikologi sosial.* Jakarta: Prestasi Pustaka

Kurniawan, W, A. 2018. Peran pemberitaan di *facebook* dalam membangun sikap demokratis siswa di SMK Mulya Husada Purwokerto. *Skripsi*. 2018

Masyhuri & zainuddin. 2008. *Metodologi Penelitian – pendekatan praktis dan aplikatif.* Bandung : PT Rafika Aditama

Maulana, H. & Gumelar, G. 2013. *Psikologi Komunikasi dan Persuasi.* Jakarta : Akademia Permata

Mufida, S. 2012. Perbedaan Burn Out Ditinjau dari Gaya Kepribadia Dominance, Influence, Steadiness, dan Compliance. *Journal of social and industrial Psychology*, 2012,1 (1).

Mulawarman, Nurfitri, A, D. 2017 .Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi,* 2017, 25,(1).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Moelong, Lexy, J. 1989. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Karya : Bandung

Nasrullah, R. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia).*Prenadamedia Group: jakarta.

Nasrullah, R. 2015. *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosa Rekatama Media : Bandung

Nikko, S. (2015,Maret) pengertian broadcast. diakses pada 07 Mei 2018 dari https://www.pengertianku.net/2015/03/inilah-pengertian-broadcast-dan-contohnya.html

Petrova, P. Cialdini, R. Sills, S. 2007. Consistency-based compliance across cultures. *Journal of Experimental Social Psychology*, 2007, 43, 104-111.

Putri, W, S, R, Nurwati, R, N, & Budiarti, M, S. 2016. Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Remaja. *PROSIDING KS: RISET & PKM*. 2016.03, (1).

Prihatiningsih & Sugiyanto. 2010. Pengaruh Iklim Keselamtan dan Pengalaman Personal terhadap Kepatuhan pada Peraturan Keselamatan Pekerja Konstruksi. *Jurnal Psikologi*, 2010,37 (1) : 82-93.

Ramdani, A. 2016. Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Kepatuhan Terhadap Aturan Sekolah Dengan Perilaku Merokok Siswa SMK Negeri 3 Tanah Grogot. *Psikoborneo*, 2016,4 (3) : 574-582.

Rusni, A., & Lubis, E. E. Penggunaan Media Online Whatsapp Dalam Aktivitas Komunitas One Day One Juz (Odoj) Dalam Meningkatkan Minat Tilawah Odojer Di Kota Pekanbaru,

Sah, S. Cain, D. Loewenstein, G. 2013. The Burden of Disclosure: Increased Compliance With Distrusted Advice, 2013, *journal of pesonality and social psuchology*, 104, (1), 289-304.

Sari, R, E. 2014. Kepatuhan Peraturan keselamatan kerja Sebagai Mediator Pengaruh Iklim Keselamatan Kerja terhadap Kecenderungan Mengalami Kecelakaan Kerja. *Jurnal psikologi mandiri*,2014,1,(1).

Sarlito, W. Eko, M. 2015. *Psikologi Sosial*. Salemba Humanika: Jakarta

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Bandung: Alfabeta

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Suryani, R. 2017. *Fungsi Whatsapp Grup Shalehah Cabang Bandar Lampung sebagai Pengembangan Media Dakwah dalam Membentuk Akhlakul Kharimah,* Lampung

Susanto, H, E. 2017. Media sosial sebagai pendukung jaringan komunikasi politik. *Jurnal ASPIKOM,* 2017, 3, (3).

Sobur, A. 2004. *Analisis Teks Media*, Remaja Rosdakarya : Bandung

Taylor, E. shelley .Peplau, A, dan Sears, D. 2009. *psikologi Sosial*, *edisi kedua belas*. Prenadamedia Group:Jakarta

Wahyudi, J, B. 1994. *Dasar dasar menejemen penyiaran*. Gramedia Pustaka utama: jakarta

Wikipedia. (2018,Mei). Pengertian media sosial. diakses pada 08 Mei 2018 dari https://id.m.wikipedia.org/wiki/media_sosial

Zarella, D. 2010. *The Social Media Marketing Book*. Serambi: Jakarta.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id