

JOKOWI 3 PERIODE DI MEDIA TWITTER

(Analisis Wacana Kritis Opini Publik dalam Gerakan Tagar

#SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Guna Memenuhi

Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

Dalam Bidang Ilmu Politik



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Oleh :

LAURA LINTANG SELFA AZELLA

NIM: I01219015

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU POLITIK

2023

**PERNYATAAN
PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI**

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Laura Lintang Selfa Azella

Nim : I01219015

Program Studi : Ilmu Politik

Judul Skripsi : **Jokowi 3 Periode di Media Twitter (Analisis Wacana Kritis Opini Publik dalam Gerakan Tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

- 1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada Lembaga Pendidikan manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun
- 2) Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atas karya orang lain
- 3) Apabila skripsi ini dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 15 Juni 2023

Yang menyatakan



Laura Lintang Selfa Azella

NIM: I01219015

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi yang ditulis Oleh :

Nama : Laura Lintang Selfa Azella

NIM : I01219015

Program Studi : Ilmu Politik

Yang Berjudul : **“JOKOWI 3 PERIODE DI MEDIA TWITTER (Analisis Wacana Kritis Opini Publik dalam Gerakan Tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak”**, saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah diperbaiki dan dapat diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana Ilmu Sosial dalam bidang Ilmu Politik.

Surabaya, 15 Juni 2023

Pembimbing



Laili Bariroh, M.Si

NIP: 197711032009122002

PENGESAHAN

Skripsi oleh Laura Lintang Selfa Azella dengan judul : “JOKOWI 3 PERIODE DI MEDIA TWITTER (Analisis Wacana Kritis Opini Publik dalam Gerakan Tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak” telah dipertahankan dan dinyatakan lulus di depan Tim Penguji pada tanggal 6 Juli 2023

TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji I



Laili Bariroh, M.Si
NIP. 197711032009122002

Penguji II



Dr. H. Andi Suwarko, S.Ag., M.Si
NIP. 197411102003121004

Penguji III



Dr. Aniek Nurhayati, M.Si
NIP. 196909071994032001

Penguji IV



Neor Rohman, M.A.
NIP. 198510192015031001

Surabaya, 12 Juli 2023

Mengesahkan,
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dekan



Dr. Abdi Chalik, M.Ag.
NIP. 1973062720000311002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@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 : Laura Lintang Selfa Azella
NIM : I01219015
Fakultas/Jurusan : FISIP/Ilmu Politik
E-mail address : Lauraazella4@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 :

JOKOWI 3 PERIODE DI MEDIA TWITTER (Analisis Wacana Kritis Opini Publik dalam Gerakan Tagar

#SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, smengelolanya 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 Juli 2023

Penulis



(Laura Lintang Selfa Azella)

ABSTRACT

Laura Lintang Selfa Azella, 2023. *JOKOWI 3 PERIOD ON TWITTER (Critical Discourse Analysis of Public Opinion in the Hashtag Movement #SayaBersamaJokowi and #MahasiswaBergerak)* Thesis for Political Science Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, UIN Sunan Ampel Surabaya

Keywords: *Critical Discourse Analysis, Twitter and Hashtags*

This research focuses on the phenomenon of the hashtag movement #SayaBersamaJokowi and #MahasiswaBergerak on Twitter on April 11, 2022. This hashtag stems from the heated discourse on the extension of the presidential term which led to student demonstrations to the DPR to reject Jokowi's 3 terms and other issues. The hashtags #SayaBersamaJokowi and #MahasiswaBergerak were initiated by the community, especially students. The purpose of this study is to determine the discourse developed and how public opinion of the hashtags #SayaBersamaJokowi and #MahasiswaBergerak.

The research approach used is descriptive qualitative. To find out the purpose of this study, researchers used Teun A. Van Dijk's critical discourse analysis knife in analyzing the discourse of the two hashtags. Van Dijk's discourse analysis has three elements, namely text analysis, social cognition, and social context. Data collection techniques were carried out by means of text observation and interviews. Researchers looked at every account tweet that echoed the hashtag movements #SayaBersamaJokowi and #MahasiswaBergerak.

The results showed that the hashtags #SayaBersamaJokowi and #MahasiswaBergerak created mobilization that was able to move the masses to participate in raising the hashtag to become a trending topic. Although this hashtag movement occurred spontaneously, was homogeneous, and not organized, it succeeded in attracting public attention. This shows that the propaganda form of the hashtag movement is gray propaganda carried out by an unclear group. In the results of the text analysis, the hashtag war did not escape the name calling technique, where each cluster has a nickname, such as Cebong for the #SayaBersamaJokowi cluster and Kadrun for the #MahasiswaBergerak cluster. Second, in the aspect of social cognition analysis, the hashtag #SayaBersamaJokowi aims to guard Jokowi and show anger at the demonstrations carried out by students. The #SayaBersamaJokowi cluster shows an attitude of not supporting Jokowi's 3-period discourse and in the #SayaBersamaJokowi cluster there is a Buzzer, while the #MahasiswaBergerak hashtag aims to support demonstrations and reject the extension of the president's term. Third, the results of the analysis of the social context of the discourse that developed were seen from the tweet makers themselves, they carried out the hashtag movement with the intention of hoping that the public and the government could understand the contents of the demands and protests of the two clusters.

ABSTRAK

Laura Lintang Selfa Azella, 2023. JOKOWI 3 PERIODE DI MEDIA TWITTER (Analisis Wacana Kritis Opini Publik dalam Gerakan Tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak) Skripsi Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci: *Analisis Wacana Kritis, Twitter dan Tagar*

Fokus penelitian ini adalah melihat fenomena gerakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak di media Twitter pada 11 April 2022. Tagar ini bermula dari wacana memanas yakni perpanjangan masa jabatan presiden yang menyebabkan aksi demonstrasi mahasiswa kepada DPR untuk menolak Jokowi 3 periode dan masalah lainnya. Tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak ini di inisiasi oleh masyarakat, khususnya mahasiswa. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui wacana yang dikembangkan dan bagaimana opini publik dari tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Untuk mengetahui tujuan dari penelitian ini, peneliti menggunakan pisau analisis wacana kritis model Teun A. Van Dijk dalam menganalisis wacana dari kedua tagar tersebut. Dalam analisis wacana milik Van Dijk memiliki tiga elemen yakni analisis teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi teks dan wawancara. Peneliti melihat setiap cuitan akun yang menggaungkan gerakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak.

Hasil penelitian menunjukkan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak menciptakan mobilisasi yang mampu menggerakkan massa untuk ikut serta menaikkan tagar agar menjadi *trending topic*. Meskipun gerakan tagar ini terjadi secara spontan, bersifat homogen, dan tidak terorganisasi, namun tagar ini berhasil menjadi perhatian publik. Hal itu memperlihatkan bahwa bentuk propaganda dari gerakan tagar tersebut adalah propaganda abu-abu yang dilakukan oleh kelompok yang tidak jelas. Dalam hasil analisis teks, perang tagar tersebut tidak luput dari adanya teknik *name calling*, yakni masing-masing klaster memiliki julukan, seperti Cebong untuk klaster #SayaBersamaJokowi dan Kadrin untuk klaster #MahasiswaBergerak. Kedua, pada aspek analisis kognisi sosial, tagar #SayaBersamaJokowi bertujuan mengawal Jokowi dan menunjukkan kemarahan atas aksi demonstrasi yang dilakukan oleh Mahasiswa. Klaster #SayaBersamaJokowi menunjukkan sikap tidak mendukung wacana Jokowi 3 periode dan pada klaster #SayaBersamaJokowi ditemukan adanya *Buzzer*, sedangkan digaungkannya tagar #MahasiswaBergerak bertujuan mendukung aksi demonstrasi dan menolak perpanjangan masa jabatan presiden. Ketiga, hasil analisis konteks sosial wacana yang berkembang dilihat dari pembuat cuitan sendiri, mereka melakukan gerakan tagar dengan maksud harapan agar publik dan pemerintah dapat memahami isi dari tuntutan dan protes kedua klaster tersebut.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Definisi Konseptual.....	9
1. Analisis Wacana Kritis.....	9
2. Media Sosial.....	10
3. Opini Publik.....	11
4. Tagar.....	11
5. Twitter.....	12
BAB II : KAJIAN TEORITIK	14
A. Penelitian Terdahulu.....	14
B. Kerangka Teori.....	22
1. Analisis Wacana Kritis perspektif Van Dijk.....	22
2. Gerakan Opini Digital.....	25
3. Konsep Propaganda Politik.....	28
BAB III : METODE PENELITIAN	32
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	32
B. Tahap-tahap Penelitian.....	33
C. Metode Pengumpulan Data.....	34
D. Teknik Analisis Data.....	40
E. Sistematika Pembahasan.....	42

BAB IV : PENYAJIAN DAN ANALISA DATA	44
A. Setting Penelitian	44
1. Sejarah dan Fitur Twitter	44
2. Fenomena <i>Trending Topic</i> Media Twitter	46
3. Drone Emprit Academic	48
B. Deskripsi Penelitian dan Analisis Data	50
1. Analisis Teks	50
a. Struktur Makro	50
b. Superstruktur (Skematik).....	54
c. Struktur Mikro	57
2. Analisis Kognisi Sosial	85
3. Analisis Konteks Sosial	101
BAB V : PENUTUP.....	106
A. Kesimpulan.....	106
B. Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Negara Pengguna Twitter	5
Gambar 3. 1 Beranda Pencarian Kata Kunci Drone Emprit.....	36
Gambar 3. 2 Contoh Cuitan Tagar #SayaBersamaJokowi.....	37
Gambar 4. 1 Trending Topic Twitter	47
Gambar 4. 2 Top trending tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak	48
Gambar 4. 3 Contoh Top Tweet #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak.....	51
Gambar 4. 4 Contoh Top Tweet #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak.....	52
Gambar 4. 5 Cuitan pendukung dan bukan pendukung Jokowi	54
Gambar 4. 6 Cuitan bertagar #SayaBersamaJokowi.....	56
Gambar 4. 7 Grafis pada cuitan akun @RD_4W1212.....	61
Gambar 4. 8 Grafis pada cuitan akun@LOVE_AG4EVER.....	63
Gambar 4. 9 Grafis pada cuitan akun @SantoriniSun	67
Gambar 4. 10 Grafis pada cuitan akun @Nicho_Silalahi	82
Gambar 4. 11 Cuitan akun @Aan_muba	94
Gambar 4. 12 Contoh Buzzer	95
Gambar 4. 13 Contoh Buzzer	96
Gambar 4. 14 cuitan akun @RD_4WR1212	99
Gambar 4. 15 cuitan akun @RD_4WR1212 dan @Nicho_Silalahi.....	100

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Daftar Informan Penelitian.....	39
Tabel 3. 2 Analisis Teks Van Dijk.....	41
Tabel 4. 3 Hasil Temuan Analisis Teks Struktur Mikro	83
Tabel 4. 4 Hasil Temuan Struktur Wacana	103



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penelitian ini fokus melihat fenomena politik dari perspektif media sosial dalam tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak di media Twitter. Gerakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak muncul menjelang aksi demonstrasi mengenai penambahan masa jabatan presiden yang kemudian tagar tersebut ramai dibicarakan di media Twitter sehingga banyak pernyataan pro dan kontra yang muncul dan terbentuklah berbagai macam opini publik yang berkembang. Kemunculan kedua tagar tersebut bertujuan untuk mendukung dan menolak adanya wacana Jokowi 3 Periode.

Aksi demonstrasi yang dilakukan mahasiswa dilatarbelakangi oleh wacana yang muncul pada tahun 2019. Saat itu, Ketua Umum Partai Nasdem yakni Surya Paloh dan Ketua Umum Partai Gerindra yakni Prabowo Subianto, mengamandemen UUD 1945 secara keseluruhan. Mereka fokus pada beberapa poin dalam rencana amandemen itu yaitu, menghidupkan GBHN dan mengatur ulang pemilihan umum. Kemudian isu tersebut kembali dimunculkan oleh politisi Partai Ummat yaitu Amien Rais pada tahun 2021 lalu. Ia mengatakan bahwa terdapat upaya mengamandemen pasal-pasal di

dalam UUD Republik Indonesia 1945 terkait dengan masa jabatan presiden.¹

Kemunculan wacana presiden 3 periode menimbulkan banyak perdebatan dalam pemberitaan media sosial.² Banyak masyarakat yang memberikan kritik dan opini di media sosial. Mahasiswa khususnya, berpendapat bahwa usulan perpanjangan masa jabatan presiden bertentangan dengan hukum Indonesia. Sehingga pada Senin 11 April 2022, mahasiswa berbondong-bondong menyampaikan aspirasinya Di Gedung DPR/MPR RI Jakarta Pusat untuk mendesak Presiden Jokowi menolak secara tegas masa jabatan tiga tahun tersebut.³

Merujuk aturan terkait masa jabatan Presiden yang di atur dalam Pasal 7 UUD 1945 yang membatasi masa jabatan Presiden menjadi dua periode. Pasal 7 yang menyatakan bahwa “Presiden dan Wakil Presiden memegang jabatan selama lima tahun, dan sesudahnya dapat dipilih kembali dalam masa jabatan yang sama, hanya untuk satu kali masa jabatan”.⁴

Beberapa tuntutan mahasiswa pada demo 11 April 2022 diantaranya adalah: (1) mendesak serta menuntut Presiden Jokowi untuk

¹ Muhammad Iqbal Khatami, “Discourse Network Analysis (DNA): Aktivisme Digital Dalam Perdebatan Isu „Presiden Tiga Periode“ Di Twitter” *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 1 (2022): 80–94.

² Lutfi Hardiyanto et al., “Isu Presiden 3 Periode Dalam Kajian Konstitusi” *Jurnal Citizenship Virtues* 2, no. 2 (2022): 311–19.

³ Maulidia Pratiwi, “Independensi Media Online Tentang Demo 11 April 2022: Penolakan Penundaan Pemilu 2024 Dan Masa Jabat Presiden Tiga Periode Pada Media Online Kompas. Com Edisi 11 April 2022 (Studi Analisis Wacana Kritis Model Teun A. Van Dijk)” (Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2022).

⁴ Republik Indonesia, Undang-Undang Dasar 1945, BAB III, Pasal 7, diakses 3 September 2023, <https://www.dpr.go.id/jdih/uu1945>

bersikap tegas menolak serta memberi pernyataan sikap terhadap penundaan pemilu 2024 atau masa jabatan 3 periode yang sangat nyata mengkhianati konstitusi; (2) menuntut Jokowi untuk menarik dan mereformasi UU IKN, termasuk ketentuan yang bermasalah dan potensi dampaknya terhadap lingkungan, hukum, masyarakat, lingkungan, politik, dan ekonomi; (3) menuntut Jokowi menjaga stabilitas harga, menjaga akses masyarakat terhadap barang-barang vital, menjamin keamanan produk pangan lainnya, dan menjaga pasokan komoditas penting; (4) menuntut Jokowi untuk memantau kegiatan menteri terkait dan melakukan penyelidikan komprehensif terhadap mafia minyak goreng; (5) menyerukan kepada Jokowi untuk mengakhiri konflik agraria yang terjadi di Indonesia; (6) menuntut agar Jokowi dapat berkomitmen penuh untuk memenuhi komitmen yang dia buat selama kampanye.

Umumnya masyarakat menilai bahwa selama Jokowi menjabat sebagai presiden, banyak kebijakan yang dinilai memberatkan masyarakat yakni kenaikan Tarif dasar Listrik (TDL), harga Bahan Bakar Motor (BBM) naik, kenaikan harga bahan pokok serta harga minyak goreng yang melangit.⁵ Sehingga mengakibatkan wacana Jokowi 3 periode ramai di media Twitter dengan kicauan #SayaBersamaJokowi pada tanggal 10 April 2022 dengan kicauan lebih dari 136.000 ribu *tweet* yang menyuarakannya dan #MahasiswaBergerak dengan kicauan sebanyak 84.900 ribu. Tagar

⁵ Muhammad Fachri Ramadhani, "Langsung Bisa Tonton Live Streaming Demo Mahasiswa 11 April 2022 Di Jakarta, BEM SI Kepung DPR RI," diakses 11 April 2022, <https://kaltim.tribunnews.com/amp/2022/04/11/langsung-bisa-tonton-live-streaming-demo-mahasiswa-11-april-2022-di-jakarta-bem-si-kepung-dpr-ri?page=all>.

#SayaBersamaJokowi terjadi karena dukungan untuk perpanjangan masa jabatan Jokowi sampai 2024. Sedangkan, untuk #MahasiswaBergerak mengarah pada penuntutan perpanjangan masa jabatan Jokowi.

Dari interaksi yang timbul pada kedua tagar tersebut kemudian menciptakan opini publik terkait aksi demo mahasiswa. Opini Publik menurut W.P Davidson adalah asumsi dari anggota masyarakat yang menghadapi sebuah isu yang beredar.⁶ Fokus media pada topik tertentu inilah yang menyebabkan opini publik berkembang. Biasanya, selama beberapa hari, berita yang sama disajikan oleh media.⁷ Minat aktif publik untuk terus merilis rilis berita baru disebabkan oleh pengulangan media. Di kehidupan serba modern ini media sosial cepat berkembang pesat, media sosial menjadi titik yang paling terlihat. Di era digitalisasi ini manusia hampir tidak bisa lepas dari paparan media. Disadari atau tidak, konten selalu hadir dan telah mendarah daging dalam kehidupan sehari-hari. Kehadiran media sosial makin berkembang dan beragam seiring dengan perkembangan zaman. Berkembangnya internet menjadikan cara komunikasi yang baru. Penduduk Indonesia adalah pengguna internet aktif sebanyak 64,8% dari total populasi.⁸

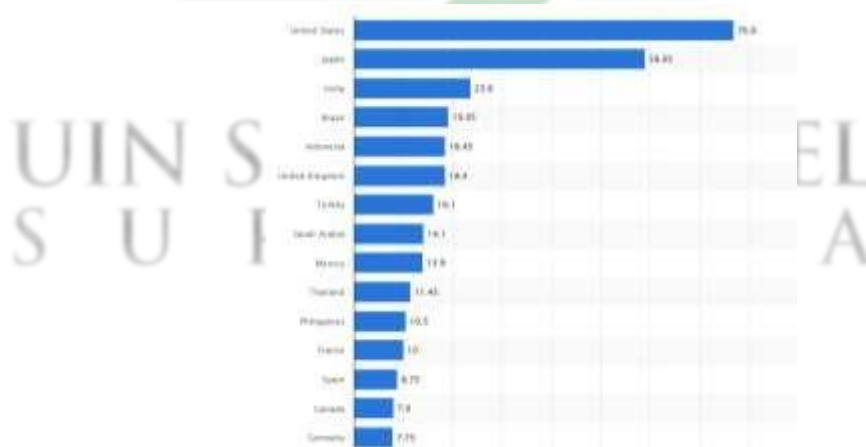
⁶ W Phillips Davison, "The Third-Person Effect in Communication," *Public Opinion Quarterly* 47, no. 1 (1983): 1–15.

⁷ Vincent Price, "Public Opinion Research in the New Century: Reflections of a Former POQ Editor," *Public Opinion Quarterly* 75, no. 5 (2011): 846–53.

⁸ Siti Muslichatul Mahmudah and Muthia Rahayu, "Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan," *Jurnal Komunikasi Nusantara* 2, no. 1 (2020): 1–9.

Kini masyarakat Indonesia memanfaatkan media sosial sebagai sarana dalam berbagi informasi seperti halnya isu-isu politik yang dapat menarik banyak perhatian publik. Media sosial memiliki jangkauan yang luas serta memiliki manfaat di setiap masing-masing media sosial yang dimiliki. Sehingga informasi masyarakat dapat menyuarakan pendapat menjadi lebih mudah dan cepat. Salah satunya media sosial yang dapat menjadikan suatu isu menjadi *trending topic* yaitu Twitter.

Twitter memberikan informasi kepada semua orang yang memiliki akses ke sana tanpa batasan atau kendali. Dengan 58,7 juta akun Twitter, Indonesia memiliki jumlah pengguna tertinggi ketiga di dunia, pada data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).⁹ Pada grafik ini Indonesia menempati peringkat ke-5 setelah negara USA, Jepang, India, dan Brazil.



Gambar 1. 1 Grafik Negara Pengguna Twitter

Sumber : Statista (2022)

⁹ Laporan survei APJII (2018)

Peningkatan pengguna Twitter yang signifikan sebagai akibat dari kontak bukanlah hal yang aneh, dan tidak hanya untuk teknologi komunikasi dunia maya. Hal itu juga berdampak pada sektor politik, sosial, budaya, dan lainnya. Platform media sosial, seperti Twitter, menunjukkan bahwa mereka dapat membantu individu menemukan alternatif untuk perilaku tidak demokratis elit politik di bidang politik, masyarakat, ekonomi, dan perdagangan.

Aplikasi Twitter memiliki banyak manfaat seperti fitur tagar, layaknya sebuah keyword pada *search engine*, hastag pada Twitter dapat menarik perhatian yang sangat cepat dan dapat melihat langsung topik yang ingin di cari atau di lihat. Tentunya akan sangat bermanfaat ketika menyebarluaskan informasi melalui konten yang diposting di Twitter untuk menggunakan hashtag dalam konten tersebut, baik dengan mengembangkan tagar khusus yang hanya terkait dengan jenis konten tertentu, atau dengan menambahkan tagar yang paling disukai di judul konten yang dikirimkan. Penggunaan hashtag yang tepat akan mempercepat proses berbagi informasi.

Peneliti memilih media Twitter dibandingkan media lainnya karena fenomena adu perang kedua tagar tersebut hanya dilakukan di media Twitter. Dalam fenomena yang terjadi pada Jokowi 3 Periode di media Twitter maka peneliti ingin menganalisis cuitan Twitter yang menggunakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak selama periode 9-23 April 2022 menggunakan analisis wacana kritis

model Teun A. Van Dijk. Analisis tersebut mempersoalkan hubungan wacana, dominasi, dan ketidakadilan sosial dengan menempatkan wacana sebagai bentuk praktik sosial.¹⁰

Analisis gerakan tagar opini publik ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk yang berfokus pada gerakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak. Analisis tersebut memiliki 3 bangunan yaitu Teks, Kognisi Sosial, dan Konteks Sosial.¹¹ Pertama, dimensi teks yaitu sebagai isu presiden 3 periode. Penciptaan teks berita yang menonjolkan kepribadian, kekuasaan, dan tindakan dikaji pada komponen pertama pada kognisi sosial. Aspek selanjutnya yaitu konteks sosial yang digambarkan sebagai landasan wacana yang berkembang sebagai akibat bagaimana masyarakat merespons peristiwa sosial. Kognisi sosial adalah topik utama pada kritis tulisan Van Dijk. Van Dijk menyederhanakan kebahasan secara umum dari teks. Kemudian mengidentifikasi motif penulis dalam menulis teks. Teks berakhir dalam konteks sosial, khususnya bagaimana wacana atau teks berkembang di dalam masyarakat dan dalam reaksi atau umpan balik masyarakat terhadap penulis teks.

¹⁰ Rohanna dan Syamsuddin, *Analisis Wacana* (Cv. Samudra Alif-MIM), 13.

¹¹ Riri Amanda Fitriana, "Analisis Wacana Kritis Berita Online Kasus Penipuan Travel Umrah (Model Teun A. Van Dijk)," *BASINDO: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Indonesia, Dan Pembelajarannya* 3, no. 1 (2019): 44–54.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana wacana yang dikembangkan dalam gerakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak di Media Twitter?
2. Bagaimana opini publik yang terbangun dalam wacana Jokowi 3 Periode yang menggunakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak di Media Twitter?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisa wacana yang berkembang dalam gerakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak.
2. Untuk menganalisa bagaimana opini publik mengenai demo mahasiswa yang mendesak serta menuntut presiden di media Twitter.

D. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, diharapkan penelitian ini akan lebih bermanfaat untuk tujuan akademik, praktis, dan sosial. Manfaat penelitian antara lain:

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam penelitian dibidang ilmu politik yang khususnya berhubungan dengan opini publik. Serta penelitian ini diharapkan memberi pengetahuan mengenai opini publik dalam gerakan tagar di media sosial.
2. Secara praksis, penelitian ini dimaksudkan untuk mengajak pembaca menggunakan media sosial secara kritis dan tidak menerima

langsung pada isu yang sedang menjadi *trending topic*. Diharapkan pembaca memiliki kesadaran ketika berpartisipasi dalam gerakan sosial di media sosial dalam penggunaan tagar. Selain itu penelitian ini dapat menambah referensi bagi peneliti-peneliti lain.

E. Definisi Konseptual

1. Analisis Wacana Kritis

Analisis Wacana Kritis (*Critical Discourse Analysis*) adalah “sebuah teori dan metode menganalisis pada penggunaan bahasa”. Analisis wacana kritis fokus pada hubungan antara wacana, kekuasaan, dominasi dan sosial ketimpangan.¹² Oleh karena itu, hubungan dominasi dan ketidaksetaraan ini dapat dianalisis dengan menggunakan CDA yang bisa melihat masalah sosial yang lebih luas dan memperhatikan faktor eksternal, termasuk kekuasaan, ideologi, dan ketidaksetaraan dengan menganalisis dan menafsirkan teks tertulis dan lisan.¹³

Penelitian ini menggunakan analisis wacana kritis Van Dijk, analisis tersebut banyak melibatkan analisis kritis, teori kritis, dan penerapannya secara kritis. Van Dijk mengelaborasi elemen wacana agar peneliti benar-benar dapat menggunakannya secara praktis.¹⁴ Kognisi sosial adalah model utama yang dipakai oleh Van Dijk.

¹² Aris Badara, *Analisis Wacana: Teori, Metode, Dan Penerapannya Pada Wacana Media* (Prenada Media, 2014), 222.

¹³ Arini Nur Fadilah “A *Critical Discourse Analysis Of Teun Van Dijk On The Jakarta Post's Editorials "New Year In Singkil" And "Banning Hate Speech"* (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017); 9

¹⁴ Haryatmoko, *Critical Discourse Analysis* (Rajawali Pers, 2019).

Menurut van Dijk dalam melakukan analisis, harus memperhatikan bagaimana proses produksi teks dan audiens yang dituju. Van Dijk telah melakukan penelitian, terutama pada pemberitaan. Van Dijk merekam percakapan, rapat dewan, diskusi legislatif, propaganda politik, iklan, artikel ilmiah, editorial, berita, film yang merupakan hal-hal diamati oleh Van Dijk.¹⁵

2. Media Sosial

Media sosial adalah platform online berfungsi untuk menghubungkan komunikasi, dan menghasilkan informasi seperti di blog, forum, jejaring sosial, dan virtual. Berbagai perspektif mendefinisikan media sosial sebagai alat media yang mendorong interaksi dan memanfaatkan teknologi berbasis web untuk mengubah komunikasi yang saling aktif.¹⁶ Kini masyarakat sering menggunakan Twitter, Instagram, Facebook, LINE, Youtube, Kaskus, Path, Whatsapp, dan Blackberry Messenger, yang termasuk di antara jejaring sosial teratas.¹⁷

Riset ini fokus pada media sosial Twitter dimana Twitter merupakan platform baru dalam menciptakan komunikasi politik yang bisa menyiarkan berbagai permasalahan seperti permasalahan

¹⁵ Subur Ismail, "Analisis Wacana Kritis: Alternatif Menganalisis Wacana," *Jurnal Bahas Unimed*, no. 69TH (2008): 74626.

¹⁶ Tongkotow Liedfray, Fonny J Waani, and Jouke J Lasut, "Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara," *Jurnal Ilmiah Society* 2, no. 1 (2022).

¹⁷ Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia," *Publiciana* 9, no. 1 (2016): 140–57.

politik. Twitter mempermudah pencarian informasi politik yang sebagian besar bertentangan dengan apa yang diberitakan di media. Seperti pada wacana Jokowi 3 periode, masyarakat yang difasilitasi oleh media sosial Twitter ingin menyampaikan opini-opini terhadap aksi demonstrasi dalam #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak.

3. Opini Publik

Dalam opini publik ini, sekelompok orang yang memiliki minat atau perhatian yang sama. Setelah sekelompok orang menyatakan minatnya pada suatu objek, mereka selanjutnya mulai tidak setuju satu sama lain. Ketika opini-opini yang tadinya bersifat pribadi disatukan, menjadi opini-opini kelompok. Sebagai hasil dari penggabungan pendapat dengan minat atau perhatian terhadap suatu hal tertentu, opini kelompok ini akhirnya menjadi opini publik.¹⁸

4. Tagar

Di media sosial, tagar sering digunakan untuk komunikasi grup. sehingga tagar dalam komunikasi dapat dengan mudah dicari. Tagar dalam bahasa Inggris, pertama kali digunakan sebagai tanda angka (#1 singkatan dari "nomor satu") atau sebagai istilah umum untuk tagar.¹⁹ Hal ini bisa disebut sebagai fungsi *hashtag* adalah untuk mengumpulkan *tweet* (posting) tentang subjek tertentu.

¹⁸ Rohanna dan Syamsuddin, Analisis Wacana (Cv. Samudra Alif-MIM)

¹⁹ Nofi Permatasari and Danang Trijayanto, "Motif Eksistensi Melalui Penggunaan Hashtag (#OOTD) Di Media Sosial Instagram," *Promedia* 3, no. 2 (2017): 252–73.

Pengguna akun yang lain dapat mencari dan mendiskusikan topik yang sama berkat fitur tersebut.²⁰

Riset ini fokus pada tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak yang muncul menjelang aksi demonstrasi. Tagar tersebut merupakan gerakan yang dibuat oleh dua kubu yakni kubu pendukung Jokowi dan kubu bukan pendukung Jokowi. Berbagai macam tanggapan dan opini negatif yang muncul akibat wacana tersebut. Wacana masa jabatan presiden membuat mereka semua merasakan gejolak besar, dari mahasiswa hingga pejabat. Dari perbedaan pendapat antara yang setuju dan yang tidak setuju hingga melakukan aksi demo terhadap masa jabatan presiden. Meskipun Presiden Republik Indonesia yang sedang menjabat telah menyatakan bahwa tidak ingin menjabat selama tiga periode, dan akan melakukannya jika undang-undang diubah untuk mengizinkannya. Namun, banyak masyarakat sangat tidak setuju dengan 3 periode tersebut. Maka dari situlah perang tagar terjadi di media sosial Twitter.

5. Twitter

Twitter saat ini adalah salah satu situs media sosial terbesar dan paling terkenal bagi pengguna internet. Mereka bebas membalas *tweet* sebagai pengguna Twitter, misalnya, ketika semua *tweet* dari akun publik hadir dalam satu feed real-time. Di halaman

²⁰ Muchamad Rudi Cahyono and Ucik Ana Fardila, "Fungsi Komunikasi Dan Motivasi Pengguna Tanda Tagar (#) Di Media Sosial Indonesia," *Islamic Communication Journal* 6, no. 2 (2021): 191–210.

beranda Twitter, mereka yang memiliki akun juga dapat mengirim pesan atau menyiarkan pesan. Twitter adalah rekan terbuka fitur pembaruan status Facebook yang sekarang terkenal.

Seperti platform media sosial lainnya, Twitter memiliki koneksi langsung dengan cara seseorang menampilkan diri. Dari perspektif sosiologis, men-tweet menghasilkan dirinya sendiri dan merupakan kontribusi bagi orang yang men-tweet. Kegunaan layanan jejaring sosial seperti Twitter berkurang secara signifikan tanpa keseragaman tersebut. Mirip dengan pembaruan status Facebook, pengguna media sosial sering kali tidak memiliki kebiasaan menjadikan status mereka sebagai bagian integral dari identitas mereka.²¹

Hal inilah yang menjadi alasan mengapa Twitter dipilih sebagai bahan penelitian. Apalagi, Twitter sering digunakan untuk kampanye politik, propaganda, dan tujuan lainnya. Selain itu, ada banyak *buzzer* politik saat ini yang mudah menggiring opini. Karena banyaknya pengguna Twitter dan beragam fitur yang tersedia mempermudah berbagi opini publik di Twitter. Tanggapan setiap orang juga berbeda-beda, ada yang positif, negatif dan netral. Maka dari itu, peneliti ingin mengetahui wacana yang berkembang dari gerakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak selama periode 9-23 April 2022.

²¹ Dhiraj Murthy, "Towards a Sociological Understanding of Social Media: Theorizing Twitter," *Sociology* 46, no. 6 (2012): 1059–73.

BAB II

KAJIAN TEORITIK

A. Penelitian Terdahulu

Beberapa literatur dipertimbangkan dalam penelitian ini. Untuk mencari apakah ada kesamaan dan perbedaan. Agar tidak menyalin ide dari penelitian sebelumnya. Literatur tersebut dikategorikan menjadi dua klasifikasi, yang pertama berdasarkan keterkaitannya dengan topik kajian "Jokowi 3 Periode" dan yang kedua berdasarkan kesamaan pembahasan penelitian yakni "Analisis Wacana Kritis". Literatur yang digunakan pada penelitian ini yaitu meliputi jurnal dan skripsi. Susunan penelitian terdahulu yang diuraikan akan memudahkan penelitian ini. Berawal dari kesamaan pokok bahasan utama "Jokowi 3 Periode" dan berlanjut pada kesamaan pembahasan tentang "Analisis Wacana Kritis."

1. Skripsi yang ditulis oleh Meilan Suzity dengan judul "*Propaganda Politik di Media Sosial Twitter (Wacana Kekuasaan Masa Jabatan Presiden 3 Periode)*".²² Skripsi ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menelaah propaganda politik dengan melihat bentuk pesan propaganda yang disampaikan dalam wacana masa jabatan 3 periode. Teori pada penelitian ini menggunakan teori propaganda politik.

²² Meilan Suzity, "*Propaganda Politik Di Media Sosial Twitter (Wacana Kekuasaan Masa Jabatan Presiden 3 Periode)*" (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2021).

Fokus penelitian ini memaparkan opini-opini publik dari akun Twitter yang membahas mengenai masa jabatan Jokowi 3 Periode. Terdapat narasi yang menggiring opini tentang wacana tersebut.

Perbedaan skripsi tersebut dengan penelitian ini adalah pada pisau analisis yang digunakan. Skripsi Meilan Suzity menggunakan analisis isi sedangkan pada penelitian yang akan diteliti menggunakan analisis wacana kritis.

2. Jurnal dari Muhammad Ikhwan dengan judul “*Analisis Pemberitaan Joko Widodo Di Televisi (Analisis Wacana Kritis di Program Reportase Sore Trans TV)*”.²³ Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teori yang digunakan ialah teori pengaruh isi media. Fokus penelitian ini adalah melihat pemberitaan Jokowi pada stasiun TV dengan menganalisis apakah ada kepentingan ideologi atau kepentingan politik dalam pemberitaan tersebut.

Perbedaan antara jurnal dan penelitian yang akan diteliti ini terletak pada metode yang digunakan oleh jurnal tersebut yakni metode kuantitatif dengan menguraikan hasil data penempatan narasumber berita. Perbedaan lainnya terletak pada analisis yang dipakai menggunakan Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough yang melihat bahasa sebagai praktik kekuasaan.

²³ Muhamamad Ikhwan, “Analisis Pemberitaan Joko Widodo Di Televisi (Analisis Wacana Kritis Di Program Reportase Sore Trans TV),” *Jurnal Perspektif Komunikasi* 3, no. 1 (2019): 8–22, <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/perspektif/article/view/4710>.

Sedangkan pada penelitian ini menggunakan Analisis Wacana Kritis Van Dijk. Pada perbedaan fokus penelitian ini adalah jurnal tersebut fokus pada teks berita sedangkan penelitian yang diteliti ini fokus pada teks opini publik.

3. Jurnal lainnya yang dibuat oleh Resita Shabira dengan judul “*Tagar 2019 Ganti Presiden dalam Persepsi Netizen*”.²⁴

Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif. Pada jurnal karya Resita Shabira memaparkan hasil data pernyataan Netizen terhadap munculnya tagar #2019GantiPresiden. Hasil data pernyataan pengguna akun Twitter meliputi stimulus, organism dan respons. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif.

Hal yang membedakan dari jurnal Resita Shabira dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian dan metode penelitian. Persamaan pada penelitian ini adalah melihat persepsi terhadap tagar yang sempat *trending topic*. Tagar yang diteliti oleh jurnal tersebut adalah #2019GantiPresiden, sedangkan pada penelitian ini menggunakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak.

4. Masih membahas penelitian yang berhubungan dengan Jokowi.

Jurnal yang dihasilkan oleh Muhammad Iqbal Khatami pada

²⁴ Shabrina , R., & Herman, A. (2020). *Tagar 2019 Ganti Presiden Dalam Persepsi Netizen*. Kanal: *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 75-79. <https://doi.org/10.21070/kanal.v7i2.153>More Citation Formats

tahun 2022 dengan judul “*Discourse Network Analysis (DNA): Aktivisme Digital dalam Perdebatan Isu “Presiden Tiga Periode” di Twitter*”.²⁵ Fokus penelitian ini dengan melihat pola komunikasi aktivisme digital dalam perdebatan politik pada isu presiden 3 periode. Masalah utama yang diangkat adalah mengetahui peta perdebatan yang terjadi pada “isu presiden 3 periode” dan melihat bagaimana alur kemunculan isu tersebut di media Twitter. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif.

Perbedaan terletak pada pisau analisis yang digunakan yaitu pada penelitian Muhammad Iqbal Khatami menggunakan pisau analisis jaringan sedangkan pada penelitian ini menggunakan analisis wacana kritis.

5. Penelitian selanjutnya yang ditulis oleh Adang Rochiyat dan Arief Wibowo tahun 2020 dengan judul “*Analisis Aktor Berpengaruh Dan Aktor Populer Dengan Metode Degree Centrality Dan Follower Rank Pada Tagar Twitter “#GejayanMemanggil”*”.²⁶ Penelitian tersebut menggunakan metode eksperimen dengan melakukan analisis aktor. Penelitian ini berfokus pada popularitas aktor yang terlibat

²⁵ Muhammad Iqbal Khatami, “*Discourse Network Analysis (DNA): Aktivisme Digital Dalam Perdebatan Isu „Presiden Tiga Periode” Di Twitter,*” *Jurnal Audience* 5, no. 1 (2022): 80–94, <https://doi.org/10.33633/ja.v5i1.5484>.

²⁶ Adang Rochiyat and Arief Wibowo, “*Analisis Aktor Berpengaruh Dan Aktor Populer Dengan Metode Degree Centrality Dan Follower Rank Pada Tagar Twitter „#gejayanmemanggil,”*” *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)* 6, no. 2 (2019): 130–38,

dalam penggunaan tagar #GejayanMemanggil dilihat pada seberapa banyak likes, retweet, following, followers yang dapat berpengaruh.

Perbedaan dapat dilihat dari metode penelitian yang digunakan dan jurnal tersebut fokus pada popularitas aktor yang menggunakan tagar #GejayanMemanggil, sedangkan pada penelitian yang diteliti lebih berfokus pada teks opini publik di media Twitter yang menggunakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak.

6. Skripsi lainnya yang ditulis Reza Maulana berjudul “*Analisis Wacana Pemberitaan Pemerintahan Joko Widodo dalam Tabloid Suara Islam*”.²⁷ Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menganalisis teks yang dibangun oleh Tabloid Suara Islam menggunakan Analisis Wacana Kritis model Van Dijk. Fokus penelitian ini ialah bagaimana kecenderungan Tabloid Suara Islam dalam mengkonstruksi suatu peristiwa menjadi sebuah berita mengenai pemerintahan Jokowi. Hasil dari penelitian tersebut adalah Tabloid Suara Islam berpendapat bahwa Jokowi dalam kinerjanya tidak sesuai dengan gambaran yang diberitakan oleh kebanyakan media. Dalam isi tabloid menyebutkan bahwa Jokowi belum bisa menjadi pemimpin Jakarta yang baik.

²⁷ R Maulana, “*Analisis Wacana Pemberitaan Pemerintahan Joko Widodo Dalam Tabloid Suara Islam*,” 2015, [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/27456%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/27456/1/REZA MAULANA-FDIKOM.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/27456%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/27456/1/REZA%20MAULANA-FDIKOM.pdf).

Perbedaan dalam skripsi tersebut dengan penelitian ini adalah dari segi objek yang diteliti yakni penelitian Reza Maulana fokus pada pemberitaan Tabloid Suara Islam mengenai pemerintahan Jokowi, sedangkan pada penelitian yang diteliti ini fokus pada gerakan tagar pada Jokowi 3 Periode. Pada persamaannya yakni sama menggunakan analisis wacana kritis model Van Dijk sebagai pisau analisis.

7. Skripsi selanjutnya yang ditulis oleh Arisandi tahun 2021 yang berjudul "*Pengelolaan Wacana Kritis Para Elit Politik Terhadap Kinerja Pemerintahan Jokowi Dalam New Media Twitter*".²⁸ Skripsi ini fokus pada komunikasi politik yang dilakukan oleh Muhammad Said Didu, Rizal Ramli, Mardani Ali Sera, Haris Azhar yang banyak mengkritik kebijakan pemerintah di pemerintahan Jokowi melalui media Twitter. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis wacana kritis perspektif Norman Fairclough. Teori yang digunakan pada skripsi tersebut menggunakan teori komunikasi politik, aktor kontemporer dan analisis wacana kritis.

Perbedaan bisa dilihat dari pisau analisis yang digunakan oleh skripsi tersebut yakni menggunakan analisis wacana kritis perspektif Norman Fairclough. Teori yang digunakan pun juga

²⁸ Arisandi, "*Pengelolaan Wacana Kritis Para Elit Politik Terhadap Kinerja Pemerintahan Jokowi Dalam New Media Twitter*," 2021, 113.

berbeda, untuk skripsi Arisandi menggunakan teori komunikasi politik, aktor kontemporer dan analisis wacana kritis, sedangkan untuk penelitian yang diteliti ini menggunakan propaganda politik dan gerakan opini digital.

8. Sahlan Marzuuqi dan Muchamad Yuliyanto tahun 2020 yang berjudul “*Twitter Sebagai Media Propaganda (Analisis Wacana pada Tweet @TsamaraDKI dan @FaldoMaldini sebagai Media Propaganda Menjelang Pemilihan Presiden 2019)*”.²⁹ Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif. Fokus penelitian ini adalah fokus pada *tweet* yang dilontarkan oleh Tsamara Amany Alatas dan Faldo Maldini. Mereka berdua adalah seorang politikus muda yang aktif dalam menggunakan media Twitter. Banyak sekali propaganda yang dihasilkan dari Tsamara dan Faldo yang membahas konstentasi politik 2019. Teori yang digunakan adalah teori wacana.

Perbedaan dalam jurnal dengan penelitian ini adalah objek yang diteliti dan analisis yang digunakan. Analisis yang digunakan pada jurnal tersebut ialah analisis wacana kritis perspektif Norman Fairclough.

9. Jurnal Fitri Adinda Rizky, 2017 dengan judul “*Fenomena*

²⁹ Sahlan Marzuuqi dan Muchamad Yuliyanto “*Twitter Sebagai Media Propaganda (Analisis Wacana pada Tweet @TsamaraDKI dan @FaldoMaldini sebagai Media Propaganda Menjelang Pemilihan Presiden 2019)*”. Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, 2020, 20

New Social Movement melalui Media Sosial (Analisis Wacana Kritis Konten Gugatan Isu Gender dalam Tagar #SAHKANRUUPKS).³⁰ Jurnal ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Fokus pada penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana konten-konten yang ada di Instagram dalam penggunaan tagar #SahkanRUUPKS.

Perbedaan yang dapat dilihat adalah jurnal ini menggunakan teori New Social Movement di Era Media Baru, sedangkan untuk teori yang digunakan pada penelitian yang diteliti ini menggunakan teori propaganda politik dan gerakan opini publik dan analisis wacana kritis yang digunakan pun juga berbeda.

10. Terakhir pada jurnal Wahyu Maulana dan Mulyadi tahun 2021 berjudul “*Ujaran Kebencian Terhadap Jokowi pada Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus Twitter*”.³¹ Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk ujaran kebencian yang paling sering ditujukan kepada Presiden Jokowi selama wabah Covid-19 di Indonesia dengan menggunakan teori tindak tutur. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif.

³⁰ Fitri Adinda Rizky, “*Fenomena New Social Movement Melalui Media Sosial (Analisis Wacana Kritis Konten Gugatan Isu Gender Dalam Tagar # Sahkanruupks Di Instagram)*,” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 3 (2021): 284–96.

³¹ Wahyu Maulana and Mulyadi Mulyadi, “*Ujaran Kebencian Terhadap Jokowi Pada Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus Twitter*,” *Jurnal Lisnguistik Komputasional* 4, no. 1 (2021): 27–33, <https://doi.org/10.26418/jlk.v4i1.42>.

Perbedaan dalam jurnal dan penelitian ini adalah jurnal tersebut menggunakan analisis tindak tutur yang menganalisis bentuk ujaran kebencian yang ditujukan kepada presiden Jokowi. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama menggunakan kata kunci “Jokowi” di media Twitter.

Dari beberapa jurnal dan skripsi yang telah disebutkan dapat diketahui bahwa tidak ada yang membahas secara khusus mengenai Opini Publik dalam Gerakan Tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kebaruan riset (novelty) ini adalah pada objek penelitian yang digunakan yaitu penelitian ini menggunakan dua tagar sebagai objek penelitian dan menggunakan *Critical Discourse Analysis*. Juga pada kerangka teori, peneliti mencoba menghubungkan gerakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak dengan propaganda politik dan gerakan opini digital.

B. Kerangka Teori

1. Analisis Wacana Kritis perspektif Van Dijk

Wacana (*discourse*) berasal dari Bahasa Latin, *discursus*. Secara terbatas, istilah ini mengarah pada kebiasaan-kebiasaan yang mendasari penggunaan bahasa baik dalam komunikasi tertulis maupun lisan. Wacana dapat didefinisikan secara umum

yakni rentetan kalimat yang berkaitan.³²

Analisis wacana menurut Van Dijk, memiliki tujuan teoretis yang sistematis dan deskriptif, dimana semua struktur dan wacana yang tertulis maupun lisan dipandang sebagai praktik sosial budaya dan objek tekstual antara tindakan. Van Dijk menegaskan bahwa:

*“Language use is of course not limited to spoken language, but also involves written (or printed) language, communication and interaction, as is the case when we read our daily newspaper, our textbooks, our mail (on paper or e-mail), or the myriad of different text types that have to do with our academic or other work. Although many discourse analysts specifically focus on spoken language or talk, it is therefore useful to include also written texts in the concept of discourse.”*³³

Wacana dapat terjadi di mana saja, kapan saja, dan dalam situasi apa saja. Hal ini tidak dianggap sebagai wilayah yang konstan. Wacana dibangun sedemikian rupa sehingga harus dipahami dalam konteks tertentu. Model yang digunakan Teun A. Van Dijk biasanya disebut kognisi sosial. Van Dijk berpendapat bahwa teks hanyalah praktik produksi yang perlu diamati. Sehingga dapat membentuk suatu teks yang dapat menjabarkan struktur prosesnya.³⁴

³² Yoce Aliah, *Analisis Wacana Kritis Dalam Multiperspektif*, I (Bandung: Refika Aditama, 2014).

³³ Van Dijk, *Discourse As Structure and Process* (Sage Publications Sage UK: London, England, 1997).

³⁴ Sarah, N. “Analisis wacana kritis perspektif Teun A. Van Dijk terhadap media sosial pada akun Instagram @Indonesiatanpapacaran” (Fakultas Ushuluddin Dan Filsafat, 2020)

Kognisi sosial menjadi fokus utama dalam analisis wacana kritis. Dari elemen tersebut dapat mengetahui latar belakang pembuat cuitan dalam menulis teks tersebut. Terakhir pada konteks sosial, dapat melihat bagaimana sebuah teks atau wacana berkembang dalam khalayak.

1. Analisis Teks

Teks adalah bagian dari wacana. Dalam hal ini, teks analisis bertujuan untuk mengungkap tujuan dari sebuah teks (ucapan).³⁵ Menurut Van Dijk, dimensi teks memiliki tiga tingkatan yang masing-masing saling bergantung. Elemen penting yang digunakan dalam menganalisis wacana dengan menggunakan model Van Dijk adalah:³⁶

a) Struktur makro, yang diamati bersifat Tematik, meliputi tema/topik dalam sebuah berita.

b) Superstruktur, yang diamati adalah Skematik, termasuk bagian-bagian dan urutan-urutan berita di dalamnya seluruh teks berita

c) Mikro Struktur, hal-hal yang diamati adalah Semantik, Sintaks, Stilistika, Retorika

Dari ketiga tingkatan tersebut masing-masing memiliki

³⁵ Sujatmiko “*Van Dijk Modelling on Critical Discourse Analysis (A Study on Mata Najwa Program „Gara-Gara Tagar“ In Trans 7 In September 5th 2018”* Vol. 1, No. 5 (2020); 3

³⁶ Nurlaila Sari Harahap,dkk “Critical Discourse Analysis “Us Calls China, Russia, Iran, N. Korea 'Morally Reprehensible' On Rights” The Jakarta Globe (Applying The Van Dijk Theory In Mass Media)” (2018);169

elemen-elemen yang saling berhubungan, membentuk kesatuan satu sama lain yakni struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro.³⁷

2. Kognisi Sosial

Analisis wacana harus melihat bagaimana teks diproduksi, atau yang dikenal sebagai kognisi sosial, dan bagaimana teks direpresentasikan dalam konteks kognisi dan proses produksi teks. Kognisi sosial mengacu pada kesadaran individu, pemahaman, prasangka, dan pengetahuan khusus tentang suatu peristiwa. Pemahaman teks media melibatkan kognisi sosial pada bagian yang besar dan esensial.³⁸

3. Konteks Sosial

Dimensi ketiga adalah analisis sosial. Wacana muncul karena adanya pergerakan sosial di masyarakat. Sehingga harus melakukan analisis intertekstual tentang apa yang diciptakan dan dibentuk dalam masyarakat guna mengkaji teks tersebut. Serta, bagaimana makna yang dihayati bersama.³⁹

2. Gerakan Opini Digital

Digital Movement of Opinion (DMO) menurut buku Mauro Barisione dan Asimina Michailidou dapat didefinisikan sebagai

³⁷ Eriyanto, Analisis Wacana Pengantar Teks Media, (LKis,2017),225

³⁸ *Ibid.*259

³⁹ Eriyanto, Analisis Wacana Pengantar Teks Media, (LKis,2017),271

gerakan sosial yang berlangsung secara *online*. Gerakan opini ini merupakan gabungan dari opini publik dan gerakan sosial, sama halnya dengan yang diungkapkan melalui media sosial. Gerakan opini digital terdiri dari mobilisasi spontan dari publik umum atau perhatian, biasanya sebagai reaksi terhadap masalah sosial. Berikut ciri-ciri gerakan opini digital:⁴⁰

1. Spontan dan tidak teratur
2. Durasi gerakan ini tidak lama
3. Pendapat umum bersifat homogen
4. Lintas sektor karena banyak kelompok/sektor terlibat

Gerakan digital sering kali menghasilkan opini spontan yang berkembang dalam waktu singkat, seperti beberapa hari atau jam. Salah satu platform media sosial yang efektif untuk mengoordinasikan gerakan sosial adalah media Twitter. Media Twitter dapat membawa perhatian pada isu-isu tertentu, termasuk yang berkaitan dengan lingkungan, masalah terkait kemasyarakatan dan kesehatan.⁴¹

Opini yang berkembang biasanya digunakan untuk mendukung atau memprotes suatu gerakan. DMO biasanya didorong oleh emosi seperti belas kasih dan empati (untuk gerakan

⁴⁰ Mauro Barisione and Asimina Michailidou, *Social Media and European Politics: Rethinking Power and Legitimacy in the Digital Era*, n.d.

⁴¹ Leni Susilowati Susilowati and Filosa Gita Sukmono, "Digital Movement of Opinion Terhadap Hastag# KesehatanMental Di Twitter Selama Pandemi Covid 19," *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi* 13, no. 2 (2021): 124–46.

pendukung) atau kemarahan (untuk gerakan protes dan oposisi). Media sosial juga memiliki peran penting dalam DMO karena membantu memperlancar ekspresi opini dan meningkatkan partisipasi publik untuk terlibat dalam gerakan tertentu. Partisipasi dalam aksi protes menjadi lebih mudah, lebih murah, lebih fleksibel, dan lebih personal.⁴²

Twitter adalah platform media sosial yang dapat menyebarkan opini dan gerakan digital di masyarakat.⁴³ Fenomena pada gerakan #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak adalah upaya yang dilakukan masyarakat dalam membentuk sebuah gerakan opini digital. Karena kedua tagar tersebut merupakan gerakan opini digital yang memiliki jangkauan luas dengan jumlah akun yang cukup banyak.

Mobilisasi di Era Digital

Mobilisasi merupakan proses keterlibatan masyarakat yang beragam dalam upaya rekrutmen massa dengan tujuan tertentu.⁴⁴

Menurut Charles Tilly, gerakan mobilisasi dimulai ketika seseorang mengumpulkan sumber daya individu atau kelompok.

Tindakan mobilisasi berfungsi untuk memajukan kepentingan dan tujuan tertentu. Setiap mobilisasi selalu diawali dengan sesuatu

⁴² Edy Prihantoro,dkk “Gerakan Digital Mobilisasi Opini: Kajian SNA pada #Dirumahaja Vs. #Pakaimasker” (*Jurnal ASPIKOM*) Vol.6, No.1 (2021): 80-81

⁴³ Gema Nusantara Bakry and Ika Merdekawati Kusmayadi, “Peran Pers Sebagai Aktor Gerakan Digital Tagar# SolidaritasUntukNTT Di Twitter,” *Jurnal Kajian Jurnalisme* 5, no. 1 (2021): 98–114.

⁴⁴ La Ode Muhammad “Model Dan Dampak Mobilisasi Politik Pemilihan” (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo) Vol 1 No 4, (2019); 3

yang dideskripsikan seperti apa tujuan mobilisasi tersebut, agar tercipta sebuah „*story*“ yang diviralkan dan menimbulkan respon dari mereka yang membacanya.⁴⁵

Terkait dengan gerakan tagar #SayaBersamaJokowi yang merupakan kelompok pro Jokowi 3 Periode dan sebaliknya #MahasiswaBergerak merupakan kelompok kontra dengan Jokowi 3 Periode, apa yang dilakukan oleh kedua kubu tersebut merupakan mobilisasi untuk meramaikan pokok permasalahan yang dimunculkan oleh pembuat tagar terhadap permasalahan perpanjangan masa jabatan presiden.

Demonstrasi mahasiswa yang bertempat di Gedung DPR/MPR RI Jakarta Pusat di awal April 2022 dalam menyampaikan aspirasi masyarakat perihal perpanjangan masa jabatan presiden memberikan kekuatan mobilisasi secara virtual yang dapat memanajemen massa sesuai dengan rencana yang dibuat untuk mencapai tujuan oleh para *netizen*.

3. Konsep Propaganda Politik

Propaganda adalah upaya yang sistematis untuk mengendalikan persepsi, memanipulasi kognisi, dan mempengaruhi perilaku untuk memancing reaksi yang sesuai dengan hasil yang diinginkan oleh propagandis.⁴⁶ Seperti yang

⁴⁵ Hanova Satria Priyambada “Media Sosial Sebagai Alat Mobilisasi di Era 4.0 untuk Menjaga Kebhinekaan Bangsa Indonesia”(Universitas Sebelas Maret Surakarta),231

⁴⁶ David W. Guth, “Black, White, and Shades of Gray: The Sixty-Year Debate over Propaganda versus Public Diplomacy,” *Journal of Promotion Management* 14, no. 3–4 (2008): 309–25

dapat dilihat, propaganda terkadang mengirimkan pesan yang tepat meskipun sering menipu atau dimanipulasi yang mana isinya terkadang hanya menyajikan fakta yang dapat memiliki efek tertentu atau menimbulkan lebih banyak tanggapan emosional daripada tanggapan rasional.⁴⁷

Alo (2011: 754) mencantumkan sejumlah kegunaan dan tujuan propaganda, diantaranya:

a. Mempengaruhi Opini Publik, Selain untuk memberikan informasi kepada masyarakat, propaganda juga bertujuan untuk mempengaruhi opini publik tentang topik tertentu. Perubahan opini publik mungkin menguntungkan atau tidak menguntungkan.

b. Memanipulasi emosi, sering digunakan dalam taktik propaganda berbahaya. Propaganda “memanipulasi” suara, simbol, isyarat, dan kata untuk membangkitkan perasaan khayalak melalui penggunaan teknik propaganda.

Propaganda politik melalui media sosial semakin masif di zaman modern ini karena masyarakat dapat melakukan propaganda dengan cepat, mudah, dan murah tanpa harus menggunakan alat yang mahal seperti artikel di koran atau poster dan lembaran. Dengan frasa yang cukup menarik dan kalimat-kalimat dasar yang pendek yang tersedia di media sosial, propaganda dapat menyebar

⁴⁷ Meilan Suzity, “Propaganda Politik Di Media Sosial Twitter (Wacana Kekuasaan Masa Jabatan Presiden 3 Periode)” (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2021).

lebih cepat dan luas.

Menurut Ahmad (2018) bahwa teknik propaganda penting memanfaatkan tindakan, kombinasi kata dan logika untuk tujuan propagandis sebagai berikut:⁴⁸

1. *Name calling*, memberi label buruk kepada gagasan, orang, objek atau tujuan agar orang menolak sesuatu tanpa menguji kenyataannya.
2. *Testimonial*, memperoleh ucapan orang yang dihormati atau dibenci untuk mempromosikan atau meremehkan suatu maksud.
3. *Emotional Stereotype* ialah teknik propaganda untuk menumbuhkan rasa curiga yang penuh emosi.
4. *Retrotika* ialah teknik yang digunakan dengan memilih kata-kata yang bisa menarik seseorang sehingga orang itu bisa menuruti kehendaknya.

Seperti pada isu yang diambil di penelitian ini, tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak menjadi viral di platform media Twitter. Publik berusaha menggoyahkan preferensi publik di platform media sosial seperti Twitter dengan tagar #SayaBersamaJokowi, kemudian mencoba memicu konflik dengan membuat tagar balasan berupa #MahasiswaBergerak. Konflik politik terjadi di berbagai media, termasuk debat televisi, pemilihan

⁴⁸ Dr. Juariyah, M.Sih *Opini Publik Dan Propaganda*, (LPPM Universitas Muhammadiyah Jember, 2019) 66.

kepala daerah, iklan politik, dan tagar di media sosial. Masing-masing dari mereka terlibat dalam propaganda untuk mempengaruhi sudut pandang orang di media sosial dan membentuk opini publik.

Dari uraian konsep tersebut terlihat jelas bahwa fenomena politik pada gerakan tagar ini berhubungan dengan propaganda politik. Dimana mereka melibatkan khalayak untuk membuat opini-opini baik negatif maupun positif agar bisa mempengaruhi dan menarik perhatian di media sosial Twitter. Dengan adanya postingan tagar yang menarik perhatian membuat khalayak meragukan apa yang sudah mereka percayai. Kebenaran yang sudah dipercaya sebagai fakta justru dipertanyakan atau tidak diyakini sama sekali. Semua rekayasa yang disajikan, diterima begitu saja. Tanpa pernah lagi menimbulkan keraguan dan kecenderungan untuk menerima segala sesuatu secara membabi buta dan tanpa difilter.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis wacana kritis model Teun A. Van Dijk. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis wacana kritis yang bertujuan untuk meneliti gerakan sosial melalui tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak dengan dianalisis melalui teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Analisis tersebut merupakan metode yang digunakan untuk mengungkapkan atau menelanjangi wacana, bahwa suatu wacana tersebut mengandung suatu ideologi atau otoritas dari penulis teks. Maka dari itu Bahasa sesungguhnya saat ini sudah tidak netral. Teks sudah mengandung suatu ideologi atau paham dari sang pembuat teks ataupun narasi. Analisis wacana kritis dapat mengetahui persoalan sosial dengan melihat struktur dan proses sosial yang bermasalah itu melalui bahasanya. Karena bahasa mencerminkan persoalan yang berlangsung di masyarakat. Dengan menggunakan Analisis Wacana Kritis dapat mengetahui suatu makna atau arti yang tersembunyi dalam suatu teks.

Melalui pendekatan tersebut maka peneliti ingin mengupas atau meneliti berbagai opini publik yang terjadi dengan

menggunakan Analisis Wacana Kritis terhadap Gerakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak di media Twitter.

B. Tahap-tahap Penelitian

a. Tahap pertama, yakni memilih topik yang menarik. Untuk memilih topik yang menarik peneliti melihat dan mencermati kejadian yang sering diperbincangkan di masyarakat. Peneliti terus mencermati perkembangan media yang diperbincangkan oleh masyarakat, khususnya media Twitter. Setelah melakukan observasi, topik yang dipilih oleh peneliti adalah isu mengenai Jokowi 3 Periode di media Twitter dengan menganalisis cuitan yang menggunakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak.

b. Tahap kedua, merumuskan masalah penelitian. Cara masalah penelitian dirumuskan menjadi faktor penting yang membatasi ruang lingkup penelitian. Peneliti merumuskan dua masalah penelitian yaitu bagaimana wacana yang berkembang terhadap gerakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak pada media Twitter dan bagaimana opini publik yang muncul terkait aksi demo yang menimbulkan gerakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak di Media Twitter.

c. Tahap ketiga, menentukan metode penelitian. diantaranya jenis dan pendekatan , tahapan penelitian, metode

pengumpulan data, serta teknik analisis data.

d. Tahap keempat, melakukan pengumpulan data. ada dua acara dalam pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan yaitu observasi dan wawancara. Cara pengumpulan data ini dilakukan dengan menelusuri isi teks cuitan *tweet* yang menggunakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak. Pengumpulan data dengan cara observasi yaitu dengan memahami dan melihat berbagai opini publik yang terbentuk pada cuitan #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak. Sedangkan pengumpulan data melalui wawancara kepada pembuat *tweet* dengan menggunakan kedua tagar tersebut, peneliti menjadikannya sebagai tambahan data untuk menganalisis tagar yang muncul dari perspektif pembuat cuitan.

C. Metode Pengumpulan Data

1. Observasi Teks

Peneliti melakukan observasi teks dalam bentuk *tweet* yang diposting oleh masyarakat di media Twitter dengan tagar #SayaBersamaJokowi dengan *tweet* sebanyak 136.000 ribu dan #MahasiswaBergerak dengan *tweet* sebanyak 84.900 ribu. Kemudian peneliti melakukan seleksi menjadi beberapa cuitan dengan memilih akun yang sempat menduduki 15 terpopuler dan cuitan yang disampaikan

dapat mewakili seluruh akun yang terlibat dalam kedua tagar tersebut. Sumber data dalam penelitian ini adalah cuitan selama periode 9-23 April 2022. Alasan peneliti memilih periode 9-23 April 2022, karena kedua tagar tersebut muncul dan trending pada tanggal tersebut.

Data primer diambil dari web Drone Emprit Academic (DEA). Lebih lanjut aplikasi Drone Emprit Academic akan melakukan analisis percakapan melalui beberapa tahapan yaitu, (1) Membaca percakapan netizen di Twitter berdasarkan kata kunci Demo Jokowi 2022. (2) Menentukan rentang waktu percakapan netizen. (3) Memilih cuitan melalui fitur „Hashtag“, kemudian diuraikan berdasarkan elemen analisis wacana kritis Van Dijk. (4) Memilah percakapan berdasarkan jumlah *most retweet* dan hashtag yang dipilih. Alasan peneliti memilih Drone Emprit Academic sebagai pengumpulan data karena web tersebut lebih akurat dan dapat membaca percakapan netizen meskipun dalam rentang waktu yang lama.

Pada gambar 3.1 dibawah ini terdapat beberapa kata kunci pada „Current Issues“ diantaranya adalah TVRI, Halal, Halal++, Demo Jokowi dan Muhammadiyah. Penelitian ini hanya membutuhkan kata kunci „Demo Jokowi“ untuk melengkapi data yang dianalisis.



Gambar 3. 1 Beranda Pencarian Kata Kunci Drone Emprit

Sumber : Drone Emprit

Tahap selanjutnya setelah memilih kata kunci, peneliti memilih fitur yang disediakan oleh Drone Emprit tetapi peneliti hanya membutuhkan satu fitur yakni fitur „Hashtag/Top Hashtag“. Fitur tersebut dapat memperlihatkan tagar yang sempat menduduki trending topik pada rentang waktu 9-23 April 2022.

Data yang dianalisis dalam penelitian ini berupa percakapan netizen mengenai topik Demo Jokowi yang diambil dari Drone Emprit Academic seperti pada contoh gambar dibawah ini memperlihatkan salah satu cuitan *Most Retweets* dengan tagar #SayaBersamaJokowi

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A



Gambar 3. 2 Contoh Cuitan Tagar #SayaBersamaJokowi

Sumber: Drone Emprit

Percakapan terkait Jokowi 3 Periode ini rupanya mendapatkan pro dan kontra dari netizen. Hal ini dapat dilihat dari *most retweet* yang didominasi oleh cuitan diantaranya seperti: @RD_4WR1212, @LOVE_AG4EVER, @Nirmala_2205, dll.

2. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara kepada pemilik akun Twitter yang menggunakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak yang telah peneliti pilih untuk diteliti sebagai data untuk mendukung penelitian tentang bagaimana opini terbentuk di masyarakat dalam menanggapi kejadian yang terjadi.

Pada wawancara ini langkah pertama yang dilakukan oleh peneliti yakni mengirim *Direct Message* (DM) kepada responden yang telah ditentukan. Peneliti memilih responden berdasarkan cuitan yang masuk pada kategori 10 teratas *trending topic*, tetapi peneliti mengalami

kendala karena responden 10 teratas *trending topic* sama sekali tidak merespon DM. Lalu, selanjutnya peneliti memilih responden secara acak sesuai dengan kriteria, berikut kriteria yang sudah ditentukan:

1. Pengunggah *tweet* dengan tagar #SayaBersamaJokowi atau #MahasiswaBergerak
2. Aktif mengikuti pemberitaan Jokowi 3 Periode

Dari hasil wawancara inilah menjadi data pendukung dalam aspek kognisi sosial.



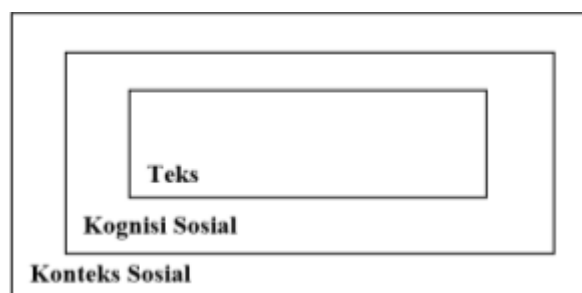
UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Tabel 3. 1 Daftar Informan Penelitian

No	Nama	Akun Twitter	Klaster
1.	Ari Rizal Nasution	@Been4Q59	#SayaBersamaJokowi
2.	Agnes Kartikasari	@Ndaxwz	#SayaBersamaJokowi
3.	Gideon Suwantah	@WantaNKRI	#SayaBersamaJokowi
4.	Budiawan	@Budiawan19 85	#SayaBersamaJokowi
5.	Edward Antonius Ismail	@aan_muba	#SayaBersamaJokowi
6.	Sabrina Sinaga, MP	@AkhiefaDani e	#MahasiswaBergerak
7.	Sutarjo	@DjoySjp	#MahasiswaBergerak

D. Teknik Analisis Data

Dalam proses menganalisis data peneliti menelaah data yang diperoleh, kemudian menggunakan Analisis Wacana Kritis untuk menganalisisnya. Dalam Analisis Wacana Kritis Van Dijk memiliki 3 elemen untuk menganalisisnya yaitu teks yang menjadi penting dalam wacana. Peneliti juga menggunakan konteks sosial dan kognisi sosial sebagai pelengkap analisis. Analisis wacana paradigma kritis merupakan upaya untuk mengkaji lebih dekat bagaimana makna pesan yang dikontrol, digunakan dan dipahami. Dalam kajian politik analisis wacana kritis merupakan praktik bahasa, khususnya bahasa politik. Karena bahasa merupakan aspek sentral dari penggambaran subjek. Jenis data yang digunakan oleh peneliti adalah teks tertulis dalam cuitan yang menggunakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak. Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara bagaimana opini publik yang berkembang dalam gerakan #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak di media Twitter. Model analisis Van Dijk yang digambarkan sebagai berikut :



1. Teks

Pada analisis teks peneliti memilih teks cuitan dengan menggunakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak selama periode 9-23 April 2022. Di analisis dengan menggunakan elemen struktur Van Dijk yaitu struktur makro, superstruktur dan struktur mikro. Tabel di bawah ini memberikan gambaran tentang dimensi wacana yang diusulkan oleh Van Dijk.

Tabel 3. 2 Analisis Teks Van Dijk

Struktur Wacana	Hal yang Diamati	Elemen
Struktur Makro	Tematik	Topik
Superstruktur	Skematik	Skema
Struktur Mikro	Semantik	Latar, detil, Maksud, Pra-anggapan, Nominalisasi
	Sintaksis	Bentuk Kalimat, Koherensi, Kata Ganti
	Stilistik	Leksikon
	Retoris	Grafis, Metafora, dan Ekspresi

Pada metode analisis teks Van Dijk, penggunaan elemen-elemen tersebut dapat menganalisis semua teks. Pada semua elemen tersebut saling berkaitan, saling berhubungan satu dengan lainnya yakni elemen tematik, skematik, semantik, stilistik dan retorik.

2. Kognisi Sosial

Pada analisis kognisi sosial, peneliti ingin mengetahui maksud dan tujuan munculnya kedua tagar tersebut dari responden yang telah peneliti pilih.

3. Konteks Sosial

Pada analisis konteks sosial ini peneliti akan menggambarkan fenomena atau peristiwa yang bersangkutan dan menganalisis bagaimana wacana yang berkembang di masyarakat terhadap isu aksi mahasiswa tersebut yang berfokus pada viralnya gerakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak di media sosial Twitter. Dalam hal ini peneliti telah melakukan studi pustaka maupun penelusuran terkait isu yang dibahas melalui berbagai macam artikel berita.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dibagi menjadi lima bab, berikut uraian sistematika pembahasan pada skripsi:

Bab I : Pendahuluan

Pada bagian pendahuluan menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konseptual dan penelitian terdahulu.

Bab II : Kajian Teoritik

Pada bagian kajian teoritik membahas mengenai kajian

teoririk, teori yang dipakai adalah propaganda politik dan gerakan opini digital untuk mendukung penelitian ini.

Bab III : Metodologi Penelitian

Pada bagian ini membahas tentang metode penelitian yang meliputi, pendekatan dan jenis penelitian, tahap-tahap penelitian, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data

Bab IV : Pembahasan Penyajian dan Analisis Data

Pada bab ini menjelaskan penyajian dan analisis data yang akan menyajikan hasil data dari analisis wacana kritis Van Dijk pada tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak pada media Twitter dan teori yang digunakannya.

Bab V : Penutup

Bab ini merupakan bab terakhir sekaligus penutup berupa kesimpulan dari seluruh isi pembahasan dan saran dari hasil kesimpulan tersebut.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISA DATA

A. Setting Penelitian

1. Sejarah dan Fitur Twitter

Twitter telah berkembang menjadi salah satu situs web paling populer di Internet sejak awal kemunculannya. Twitter telah berkembang pesat sejak didirikan pada tahun 2006 oleh Jack Dorsey beserta rekannya. Twitter meluncurkan kotak pencarian untuk topik-topik hangat pada tahun 2009, yang akhirnya berkembang menjadi topik yang sedang tren atau topik yang banyak dibicarakan orang. Twitter menjadi mesin pencari satu-satunya sebagai hasil dari inovasi ini. Aplikasi ini dengan cepat mendapatkan popularitas di seluruh dunia: pada tahun 2012, aplikasi ini memiliki 500 juta pengguna dan mengumpulkan 58 juta tweet setiap harinya.⁴⁹ Logo Twitter disimbolkan dengan burung berwarna biru yang bernama “Twitter Bird”. Banyak kelebihan dari aplikasi Twitter seperti: a) Memfasilitasi pembuatan dan berbagi pesan dalam beberapa detik, dan (b) kemudahan menyebarkan pesan tersebut ke sejumlah besar pengguna dalam waktu yang sangat singkat.

⁴⁹ Richard Rogers, “Debanalizing Twitter,” *University of Amsterdam* 2013, 356–65.

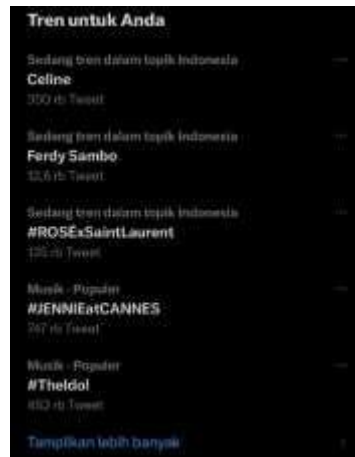
Seiring berjalannya waktu, komunitas pengguna di Twitter telah membentuk interaksi satu sama lain, sebagian besar pengguna Twitter telah menggunakan fitur-fitur yang disediakan. Seperti:⁵⁰

1. Sebutan Pengguna: Pengguna Twitter bisa menyebutkan pengguna lain di cuitan yang mereka buat , sebuah tanda ditempatkan sebelum nama pengguna *@username*.
2. Balasan: Ketika pengguna ingin mengarahkan ke pengguna lain, atau membalas tweet sebelumnya, pengguna dapat menempatkan *@username* yang disebutkan di awal *tweet*, misalnya “*@username* Saya setuju dengan opini tersebut”.
3. *Retweet*: *Retweet* dianggap sebagai re-share *tweet* yang diposting oleh pengguna lain, yaitu, *retweet* berarti pengguna menganggap bahwa pesan dalam *tweet* tersebut mungkin menarik bagi orang lain. Saat pengguna *retweet*, *tweet* baru menyalin yang asli di dalamnya. Selanjutnya, *retweet* melampirkan RT dan *@username* yang memposting *tweet* asli di awal *retweet*.
4. Tagar: Mirip dengan *tag* pada sistem penandaan atau sistem jejaring sosial lainnya, tagar yang disertakan dalam *tweet* cenderung mengelompokkan *tweet* dalam percakapan atau mewakili istilah utama *tweet*, biasanya mengacu pada topik atau minat umum suatu komunitas.

⁵⁰ Arkaitz Zubiaga et al., “Real-Time Classification of Twitter Trends,” *Journal of the Association for Information Science and Technology* 66, no. 3 (March 1, 2015): 462–73.

2. Fenomena *Trending Topic* Media Twitter

Salah satu fitur utama di beranda Twitter yaitu menunjukkan daftar *trending topic* saat ini, atau topik yang sedang tren. *Trending topic* mencerminkan topik yang paling banyak dibahas pada saat itu di beranda Twitter dengan cepat. Twitter berfokus pada topik yang lebih banyak dibicarakan dari biasanya, yaitu topik yang akhir-akhir ini mengalami peningkatan penggunaan, sehingga menjadi trending. Topik yang sedang tren telah menarik banyak pembaca tidak hanya di kalangan pembaca itu sendiri tetapi juga di kalangan konsumen informasi lainnya seperti jurnalis, politikus, dan peneliti media sosial lainnya. Mengetahui percakapan teratas yang sedang dibahas pada waktu tertentu membantu seseorang untuk terus mengikuti perkembangan terkini. Twitter mendefinisikan trending topik sebagai topik yang langsung populer. Gambar dibawah ini menunjukkan contoh topik yang sedang tren. Dalam contoh ini, ada beberapa topik yang tren seperti Celine, Ferdy Sambo, #ROSExSaintLaurent, #JENNIEatCANNES, dan #TheIdol.



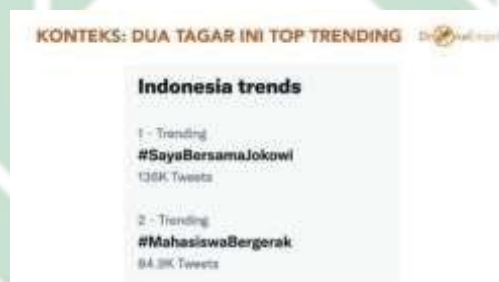
Gambar 4. 1 Trending Topic Twitter

Sumber: Twitter

Ketiga tagar mulai menjadi *trending topic* banyak orang pun menggunakan tagar tersebut. Jika salah satu pengguna mengikuti tagar yang sedang *trending topic* maka besar kemungkinan pengguna lain akan melihatnya. Selain tagar tersebut mendapatkan *exposur*, *trending topic* juga dapat memberikan konten dan ide-ide yang menarik. Itulah manfaat tagar pada *trending topic*. Topik yang mulai populer akan terlihat orang saling bersahutan dan mulai terjadi percakapan. Topik populer akan mampu menarik banyak mengundang khalayak untuk beropini yang disampaikan lewat cuitan.

Media Twitter mendorong penggunanya untuk dapat berpartisipasi aktif dalam memberikan kontribusi dan umpan balik atas peristiwa yang sedang viral di masyarakat dalam waktu singkat dan cepat. Media sosial seperti Twitter yang sejak awal menjadi wadah bagi warganet untuk mengomentari setiap kejadian yang viral seperti demo yang dilakukan oleh mahasiswa pada 11 April 2022. Dimana mahasiswa dan masyarakat mengikuti aksi gerakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak di Twitter.

Menurut sistem pemantauan media sosial Drone Emprit, #MahasiswaBergerak dan #SayaBersamaJokowi adalah dua tagar yang sempat trending pada Sabtu, 9 April 2022. Dengan lebih dari 136.000 mention dari 11.700 orang, #SayaBersamaJokowi menjadi trending topik terpopuler #1 di Indonesia dan untuk #MahasiswaBergerak melampaui 84.900 mention dari 14.900 pengguna.



Gambar 4. 2 Top trending tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak

Sumber : Drone Emprit

3. Drone Emprit Academic

Sebagai metode pemilihan data, peneliti menggunakan perangkat lunak Drone Emprit Academic (DEA). Perangkat lunak ini dapat melihat bentuk interaksi semi nyata dan mendalam di Twitter dan Instagram. Saat analisis ini dilakukan web tersebut dapat melihat percakapan secara real time dan dapat membaca percakapan sebelumnya. Berdasarkan fungsi DEA, penelitian ini mendeskripsikan peran aplikasi Drone Emprit Academic (DEA) dalam memahami

wacana atau dialog yang kini sedang berlangsung secara online dengan menggunakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak dengan kata kunci Demo Jokowi 2022.⁵¹

Big data Drone Emprit Academic dapat digunakan untuk menemukan fenomena sosial. Menurut temuan studi tersebut, Drone Emprit Academic adalah sistem data besar yang secara *semi-realtime* dapat menganalisis percakapan Twitter di jejaring sosial tertentu. Formulir ditampilkan dalam tren Percakapan, komentar terbanyak, grafik tren sebutan, dan *retweet* terbanyak. Data yang terkumpul dapat membantu dalam membaca informasi terkait fenomena sosial yang sebagian telah dipublikasikan di media online dalam rangka meningkatkan literasi kritis.

Berdasarkan pemahaman tersebut, penelitian ini mengelaborasi website Drone Emprit Academic (DEA) dengan mempertimbangkan tren yang muncul dari netizen. Media sosial akan menjadi fokus utama dalam penelitian ini. Kegunaan website Drone Emprit Academic (DEA) adalah untuk mengetahui percakapan dan permasalahan yang dihadapi saat ini.

⁵¹ Bambang Arianto, "Pemanfaatan Aplikasi Drone Emprit Academic Dalam Menganalisis Opini Publik Di Media Sosial," *Journal of Social Politics and Governance (JSPG)* 2, no. 2 (2020): 177–91.

B. Deskripsi Penelitian dan Analisis Data

1. Analisis Teks

Analisis teks Van Dijk membagi tiga tingkatan yang mana tingkatan tersebut saling mempengaruhi dan saling berkaitan pada akhirnya dapat membentuk suatu makna. Tiga tingkatan tersebut yakni struktur makro, superstruktur dan struktur mikro. Analisis teks dilakukan dengan cara murni yang hanya meletakkan penelitian pada data primer yakni mencari akun yang membuat cuitan dengan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak periode 9 sampai 23 April 2022.

a. Struktur Makro

Elemen tematik mengacu pada gambaran umum teks atau bisa disebut sebagai kesimpulan utama. Topik menggambarkan apa yang diinginkan penulis.⁵² Tema akan didukung oleh beberapa subtema yang saling terkait dan mendukung pembentukan tema umum sehingga teks secara keseluruhan membentuk teks yang koheren dan utuh.

Jika mendalami tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak yang dikembangkan oleh para pegiat media, dapat ditemukannya beragam perspektif yang dimiliki oleh masing-masing akun yang menggunakan tagar tersebut untuk mendukung dan menolak perpanjangan masa jabatan presiden. Menurut analisis wacana Van Dijk, teks tidak hanya menggambarkan suatu topik

⁵² Eriyanto, Analisis Wacana Pengantar Teks Media, (LKis,2017), 229

tertentu, tetapi akan terdapat subtopik yang saling berhubungan dan memungkinkan terbentuknya topik umum. Demikian pula, subtema dibangun dari subbagian yang saling mendukung satu sama lain. Dengan kata lain, setiap teks secara keseluruhan membantu mengembangkan pemahaman yang koheren secara keseluruhan.⁵³

Tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak menjadi tagar yang sempat menduduki *trending topic* saat munculnya aksi demo mahasiswa. Masyarakat dan mahasiswa turut meramaikan tagar tersebut, seperti yang ditulis oleh beberapa pengguna Twitter sebagai berikut:



Gambar 4. 3 Contoh Top Tweet #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak

Sumber : Drone Emprit

Gambar diatas menunjukkan beberapa contoh *top tweet* dengan tagar #SayaBersamaJokowi dari hasil riset Drone Emprit. Dari tampilan

⁵³ Tria Agustina, “Analisis Wacana Gerakan Sosial Dalam Menentukan Opini Publik Via Twitter (Studi Pada Hashtag# Bijakbersosmed Periode 1 Sampai 5 Oktober 2017)” (Uin Raden Fatah Palembang, 2018).

tweet tersebut beberapa akun diatas memiliki kesamaan yaitu menunjukkan adanya dukungan yang diberikan oleh masyarakat yang mana mereka mendukung Presiden Jokowi untuk melanjutkan jabatannya menjadi 2 periode.

Penelitian ini menggambarkan opini-opini para pengguna Twitter dengan menggunakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak yang pada intinya topik-topik tersebut hampir sama. Kebanyakan mereka menyindir dengan istilah “Kadrun” atau “Cebong”. Menurut Istilah dari situs CNN Indonesia kata tersebut merupakan stigma yang disematkan kepada siapapun yang dilandasi oleh motif tertentu. Misalnya ada pihak yang berbeda pendapat, ikut ideologi, atau prinsip tertentu.



Gambar 4. 4 Contoh Top Tweet #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak

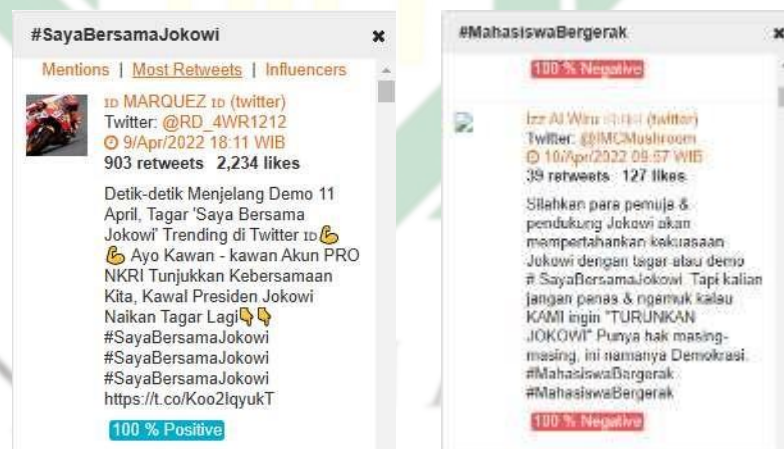
Sumber : Drone Emprit

Seperti pada akun @RD_4WR1212 ia mengungkapkan melalui *tweetnya* dengan memberikan dukungan untuk meramaikan tagar #SayaBersamaJokowi. “Detik-Detik Menjelang Demo 11 April, Tagar „Saya Bersama Jokowi” trending di Twitter. Ayo kawan-kawan Akun PRO NKRI Tunjukkan Kebersamaan Kita, Kawal Presiden Jokowi Naikkan Tagar Lagi #SayaBersamaJokowi #SayaBersamaJokowi #SayaBersamaJokowi” tulis akun @RD_4WR1212 melalui *uitannya* dengan menggunakan tagar #SayaBersamaJokowi. Sedangkan, pada akun @HukumDan ia memberi seruan kepada aksi mahasiswa untuk menuntut Jokowi terhadap penundaan pemilu dan perpanjangan masa jabatan presiden. “Yang merasa cemas, Takut dan was-was. Silahkan pergi menjauh tinggalkan lokasi. Aksi Mahasiswa tetap berjalan 11 April 2022. Menuntut ketegasan sikap & keberanian Jokowi untuk menolak penundaan pemilu dan perpanjangan jabatan dan copot luhut #MahasiswaBergerak” tulis akun @HukumDan di akun *twitternya*.

Hasil pada analisis struktur makro ini menggambarkan adanya proses dimana tagar #MahasiswaBergerak muncul berawal dari aksi demo mahasiswa yang menuntut penundaan pemilu dan perpanjangan masa jabatan presiden kemudian diikuti oleh tagar #SayaBersamaJokowi. Dimana kedua tagar tersebut menuai banyak respon dari netizen. Proses wacana semakin berkembang setelah tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak menjadi trending topik di Twitter. Wacana ini perlahan semakin memudar mengikuti arus dari isu yang berjalan.

b. Superstruktur (Skematik)

Skematik atau susunan pendapat dari *tweet* yang bertagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak tidak memiliki struktur teks dikarenakan skema mengikuti arus perkembangan kasus yang berjalan. Tagar ini muncul sebelum adanya aksi demo di depan Gedung DPR pusat, Jakarta, untuk menolak penundaan pemilu dan perpanjangan masa jabatan presiden. Jika kasus ini awalnya mendapat perhatian di masyarakat setelah wacana perpanjangan masa jabatan presiden, maka muncul berbagai macam cuitan atau opini spontan yang dibuat oleh pendukung Jokowi dan penentang Jokowi, misalnya dalam cuitan berikut:



Gambar 4. 5 Cuitan pendukung dan bukan pendukung Jokowi

Sumber : Drone Emprit

Pada cuitan di atas tersebut menunjukkan para pendukung dan penentang Jokowi 3 periode beramai-ramai untuk melakukan perang tagar tujuannya agar semakin banyak media massa baik cetak maupun online bisa *memblow up* topik tersebut. Mirip dengan bagaimana sebuah topik

muncul entah dari mana dan tidak lagi dibahas di media dan oleh masyarakat umum, terutama di media sosial. Akhirnya, wacana ini pun berakhir dengan sendirinya, tidak ada yang mengendalikan lagi. Dalam contoh ini, skematik tidak dapat digeneralisasikan ke satu bagian informasi karena berisi pembukaan, tengah, dan penutup. Tetapi, bisa dicermati dengan melihat cuitan yang sudah mengalir di Twitter selama hampir dua minggu ini.

Hasil temuan pada superstruktur ini menunjukkan bahwa ada proses di mana wacana tentang 3 Periode Jokowi pertama kali mendapat perhatian di media dan kemudian menarik banyak tanggapan netizen. Proses wacana semakin berkembang dan setelah sekian lama trending di Twitter. Pada akhirnya, wacana ini berangsur-angsur menghilang dari dinding media sosial.

Sebagai sebuah wacana di Twitter, tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak tergolong mampu bertahan sampai sekarang walaupun bukan lagi masuk dalam *trending topic*. Tagar ini juga masih digunakan oleh beberapa netizen, seperti pada gambar dibawah ini. Pada 22 Mei 2023 pemilik akun @arriejazz memposting sebuah cuitan yang menjelaskan bahwa ia tetap mendukung Presiden Jokowi dengan menyebutkan akun Presiden Jokowi didalam cuitannya



Gambar 4. 6 Cuitan bertagar #SayaBersamaJokowi

Sumber: Twitter

Pada penelitian Zubiaga, ia menyebutkan berpartisipasi pengguna Twitter cenderung berbagi mengenai kepentingan bersana dengan waktu yang sama dan sesuai dengan apa yang sedang menjadi tren. Beberapa faktor terjadinya tren adalah sebuah peristiwa yang sedang berlangsung dan opini-opini yang beredar.⁵⁴

Sebenarnya apa yang membuat tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak bertahan lama di media sosial? Jawabannya adalah karena masing-masing tagar ingin membangun narasi prakondisi sebelum demo dilaksanakan. Dimana mereka sendiri berbondong-bondong membuat cuitan-cuitan yang dianggap akan menjadi viral di media sosial. Mereka juga semakin kreatif membuat ledakan melalui cuitan-cuitan dan membuat meme dalam bentuk gambar dan video. Dari kemunculan meme dan cuitan yang menyimpang menimbulkan perang yang pada akhirnya kedua tagar bisa bertahan lama bertengger di laman *trending topic*.

Kebebasan berpendapat di era ini sangat dijunjung tinggi, kedua tagar

⁵⁴ Zubiaga, Arkaitz "Real-Time Classification of Twitter Trends" Journal Of The Association For Information Science And Technology (2015): 462–473

tersebut merupakan salah satu bagian dari kondisi tersebut. Wacana yang bergulir di Instagram ini tidak lain adalah sebuah wacana yang disampaikan oleh klaster #MahasiswaBergerak. Wacana tersebut dikatakan sebagai bentuk atas ketidakpuasaan kelompok mahasiswa terhadap kepemimpinan Presiden Jokowi.

c. Struktur Mikro

Peneliti menyantumkan *tweet* dari beberapa akun yang menggunakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak dengan tabel yang berbeda-beda untuk mempermudah peneliti melakukan analisis teks pada elemen struktur mikro ini.

1) Hasil Analisis Teks Struktur Mikro #SayaBersamaJokowi

No	Akun Twitter	Teks Cuitan
1.	Marquez @RD_4WR1212	Detik-detik menjelang demo 11 April tagar „Saya Bersama Jokowi“ Trending di Twitter. Ayo kawan-kawan akun Pro NKRI tunjukkan kebersamaan kita kawal presiden Jokowi naikan tagar lagi #SayaBersamaJokowi
2.	Putri Cebong (IG:Putri_Cebong.id) @LOVE_AG4EVER	Ketika rakyat mendukung @jokowi untuk mengambil sikap mandiri dan lepas dari tekanan Amerika pada KTT G20 nanti, mendadak rencana demonstrasi turunkan Jokowi merebak, apakah demo 11 April lusa ada hubungannya dengan amerika? HANYA TUHAN, KADRUN & MAHASEWA YANG TAHU #SayaBersamaJokowi

3.	Laila Nirmala @Nirmala_2205	Semenjak ada aksi demo mahasiswa di era presiden @jokowi ke nya Makmur semua... hehe. Dari jaman DKI 1 saya sudah memilih beliau dan konsisten sampai sekarang #SayaBersamaJokowi.
4.	Chusnul Chotimah @ChusnulCh_	Ngalahin cebong di medsos aja kadrun ga mampu, mau sok lengserkan Jokowi. Cebong bersuara bukan karena panik, tapi ga rela aja mahasiswa yang merupakan calon pemimpin bangsa dihasut sama kadrun. Lokasi demo pindah dan ga ada tuntutan Jokowi mundur, bukti kita menang lagi. #SayaBersamaJokowi
5.	Santorini @SantoriniSun	Kata mereka yang demo turunkan Jokowi...atas nama rakyat. Sedangkan rakyat di daerah mengagumi dan menyayangi Jokowi! Bedanya disitu antara yang nyata dan yang mengatasnamakan! #SayaBersamaJokowi #JagaJokowi
6.	Frank @RonaldLampard8	Kelompok penikmat nasi bungkus alias KADRUN selalu teriak turunkan Jokowi tiap kali gelar aksi demo apapun isu demonya endingnya selalu minta Jokowi turun dari jabatannya yang waras jangan diam, saatnya lawan para pencundang negeri.#SayaBersamaJokowi #RakyatBersamaJokowi
7.	Anging Mammiri @AngingMamiri26	Mahasiswa mau demo tanggal 11 April buat apa...? Bensin? Kan pertamax yang naik bukan pertalite, 3 periode? Kan

		berkali2 pak Jokowi bilang ga mau langar konstitusi. Bebal banget seh. Yang pasti #SayaBersamaJokowi
8.	David Wijaya @DavidWijaya82	Terimakasih buat akun pro NKRI yang Kembali membuktikan <i>silent majority</i> tidak tinggal diam atas narasi aksi inkonstitusi terhadap Jokowi sampai 2024 #SayaBersamaJokowi
9.	Chusnul Chotimah @ChusnulCh_	Di saat buzzer Anies terus provokasi mahasiswa dan rakyat untuk demo lengserkan Jokowi di bulan Ramadhan, relawan Ganjar malah bagikan sembako kepada rakyat. Konsisten lakukan dan sebarkan kebaikan #SayaBersamaJokowi
10.	BHINEKA TUNGGAL IKA @tjhinfar	Sepakat dengan abu janda, jaman sekarang beda dengan jaman Soeharto dulu. Dimana rakyat yang mendukung dan percaya serta puas terhadap pemerintahb @jokowi sebedar 72,93%

1. Analisis Teks Pada Akun @RD_4WR1212

a. Semantik (Makna yang Ditekankan Pada Teks)

Makna yang ingin ditekankan oleh penulis yakni dengan melihat latar belakang dari perang tagar yang disebabkan oleh adanya aksi demonstrasi mahasiswa dengan menuntut wacana 3 periode. Sehingga dengan adanya perang tagar tersebut masing-masing klaster ingin berlomba-lomba mengajak para pengguna twitter untuk mengikuti aksi

gerakan tagar supaya tagar dapat menduduki *trending topic*. Maksud yang disampaikan yakni secara eksplisit, tujuan dari penulis cuitan tersebut untuk mengajak pendukung Jokowi dalam perang tagar. Penulis menggunakan kalimat “**Ayo kawan-kawan akun Pro NKRI tunjukkan kebersamaan**” Penulis juga memberikan julukan „**Pro NKRI**” kepada pendukung Jokowi.

b. Sintaksis (Bagaimana Pendapat disampaikan?)

Pada skema sintaksis ini menjelaskan bagaimana pendapat disusun menjadi kesatuan arti. Pada cuitan tersebut terdapat kata ganti „**Kita**”

“Ayo kawan-kawan akun Pro NKRI tunjukkan kebersamaan, **kita** kawal presiden Jokowi naikan tagar lagi”

Kata ganti tersebut memiliki implikasi untuk menumbuhkan solidaritas atau merangkul dukungan.

c. Stilistik (Pilihan kata apa yang dipakai?)

Pada skema ini mencari pemilihan kata disampaikan oleh penulis cuitan. Gaya Bahasa yang digunakan oleh penulis mempunyai makna untuk mengajak para pembaca untuk menaikkan tagar. Dengan menggunakan kata „**Kawal**” penggunaan kata kawal yakni penulis benar-benar ingin menaikkan tagar agar tidak tersaingi oleh klaster #MahasiswaBergerak.

d. Retoris

Pada skema retorik dalam elemen grafis, penulis cuitan menunjukkan link berita dengan judul berita “Detik-detik Menjelang Demo 11 April, Tagar ‘Saya Bersama Jokowi’ Trending di Twitter”. Dengan menampilkan berita dalam postingan cuitan tersebut akan menarik perhatian para pembaca.



Gambar 4. 7 Grafis pada cuitan akun @RD_4W1212

Sumber : Twitter

2. Analisis Teks Pada Akun @LOVE_AG4EVER

a. Semantik (Makna yang Ditekankan Pada Teks)

Latar yang disampaikan oleh penulis ini ditekankan pada kecurigaan terhadap aksi demonstrasi mahasiswa. Kecurigaan itu muncul setelah muncul pesan yang tersebar di WhatsApp yang berisi mengenai demo 11 April 2022 adalah hasil desain dari Amerika.

Maksud yang ingin disampaikan yakni secara implisit, penulis menaruh kecurigaan kepada mahasiswa

tanpa menyebutkan secara langsung siapakah yang mempunyai hubungan dengan Amerika, penulis hanya menggunakan julukan „**Kadrun dan Mahasewa**“ pada cuitannya. Tetapi secara tidak langsung pembaca yang mengikuti isu Jokowi pastinya mengerti siapa yang dimaksud oleh penulis.

b. Sintaksis (Bagaimana Pendapat disampaikan?)

Elemen koherensi yang digunakan pada cuitan tersebut, Koherensi adalah dua kalimat yang menggambarkan fakta yang berbeda dapat dihubungkan sehingga tampak koheren. Proposisi “**Aksi demo 11 April**” dan “**KTT G20 Amerika**” adalah dua fakta yang berbeda tetapi pada kalimat tersebut tidak ada kata sambung.

c. Stilistik (Pilihan kata apa yang dipakai?)

Pada elemen ini mencari pemilihan kata disampaikan oleh penulis cuitan. pada cuitan tersebut adalah :

“Hanya Tuhan, Kadrun dan Mahasewa yang tahu”

Gaya Bahasa yang dipakai oleh penulis secara tidak langsung menduga bahwa mahasiswa atau bukan pendukung Jokowi mempunyai kerja sama dengan pihak Amerika.

d. Retoris

Pemakaian huruf besar “**HANYA TUHAN, KADRUN, DAN MAHASEWA YANG TAHU**” penulis mengungkapkan kecurigaannya kepada pihak yang bukan pendukung Jokowi dengan menggunakan huruf kapital untuk memberi penekanan dan menonjolkan hal penting yang ingin diketahui oleh pembaca.

Tidak hanya menampilkan pemakaian huruf besar penulis juga menampilkan gambar Presiden Jokowi dengan tulisan „#SayaBersamaJokowi”



Gambar 4. 8 Grafis pada cuitan akun@LOVE_AG4EVER

Sumber : Twitter

3. Analisis Teks Pada Akun @Nirmala_2205

a. Semantik (Makna yang Ditekankan Pada Teks)

Pada skema ini penulis menekankan bahwa ia sedari dulu selalu mendukung Jokowi dan tetap konsisten memilih Jokowi sebagai presiden karena pemerintahannya yang baik.

b. Sintaksis (Bagaimana Pendapat Disampaikan?)

Pada skema ini menjelaskan bagaimana kalimat disusun. Elemen kata ganti pada cuitan ini menggunakan kata „Saya“ ini menggambarkan bahwa cuitan tersebut resmi dari sikap komunikator.

4. Analisis Teks Pada Akun @ChusnulCh_

a. Semantik (Makna yang Ditekankan Pada Teks)

Pada skema ini makna yang ditekankan adalah penulis khawatir terhadap mahasiswa, yang mana penulis menganggap bahwa klaster yang bukan pendukung Jokowi mendoktrin mahasiswa untuk mengikuti aksi demonstrasi. Maksud yang disampaikan oleh penulis yakni secara eksplisit dengan menunjukkan kepada pembaca bahwa kadrin atau klaster #MahasiswaBergerak tidak akan bisa melengsekan Jokowi.

b. Sintaksis (Bagaimana Pendapat Disampaikan?)

Pada skema sintaksis ini terdapat elemen kata ganti yang digunakan untuk menyampaikan pesan yang ingin disampaikan, seperti

“Ngalahin cebong di medsos aja kadrun ga mampu, mau sok lengserkan Jokowi. **Cebong** bersuara bukan karena panik, tapi ga rela aja mahasiswa yang merupakan calon pemimpin bangsa dihasut sama **kadrun**. Lokasi demo pindah dan ga ada tuntutan Jokowi mundur, bukti **kita** menang lagi. **#SayaBersamaJokowi**”

Kata ganti „**Kita**” memiliki implikasi untuk menumbuhkan solidaritas, lalu penulis juga menggunakan julukan kadrun dan cebong.

c. Stilistik (Pilihan Kata Apa yang Dipakai?)

Pada elemen ini penulis menggunakan kata „**dihasuk**” yang menggambarkan adanya pengaruh untuk membangkitkan hati orang supaya marah.

5. Analisis Teks Pada Akun @SantoriniSun

a. Semantik (Makna yang ditekankan Pada Teks)

Pada skema ini menekankan makna yang tersurat maupun tersirat. Makna yang disampaikan oleh penulis yakni pernyataan “mahasiswa mengatasnamakan sebagai rakyat” membuat penulis merasa tidak terima dengan pengakuan mahasiswa. padahal tidak ada aturan bahwa bila mengaku

sebagai rakyat berarti mendukung Presiden Jokowi.

Maksud yang disampaikan penulis yakni secara eksplisit.

“Kata mereka yang demo turunkan Jokowi..atas nama rakyat. Sedangkan rakyat di daerah mengagumi dan menyayangi Jokowi”

Padahal nama „**rakyat**“ bukan hanya dikhususkan kepada pendukung Jokowi saja tetapi untuk seluruh masyarakat Indonesia.

b. Sintaksis (Bagaimana Pendapat Disampaikan?)

Elemen koherensi yang digunakan oleh penulis untuk menyampaikan pesan menggunakan kata „**sedangkan**“.

“Kata mereka yang demo turunkan Jokowi...atas nama rakyat. **Sedangkan** rakyat di daerah mengagumi dan menyayangi Jokowi!”

Koherensi kata „**sedangkan**“ menjadi sebuah kata hubung pertentangan yang menghubungkan dua buah kalimat, kata ataupun kalusa yang mempertentangkan kedua bagian tersebut. Penggunaan kata „**sedangkan**“ pada cuitan tersebut diciptakan untuk menyudurkan pihak yang bukan pendukung Jokowi.

Dalam cuitan tersebut juga menunjukkan kata ganti „mereka“ yang memperlihatkan ketidaksamaan pendapat antara penulis cuitan dan klaster #MahasiswaBergerak. Hal tersebut

menunjukkan bahwa akun @SantoriniSun tidak terlibat atau bukan bagian dari mereka.

c. Retoris

Skema retorik pada cuitan ini menunjukkan gambar bapak Jokowi yang sedang dikerumuni banyak orang.



Gambar 4. 9 Grafis pada cuitan akun @SantoriniSun
Sumber : Twitter

Gambar yang diperlihatkan oleh akun @SantoriniSun menunjukkan bahwa Jokowi memiliki banyak pendukung.

6. Analisis Teks Pada Akun @RonaldLampard8

a. Semantik (Makna yang ditekankan Pada Teks)

Latar pada cuitan tersebut, penulis ingin menekankan bahwa klaster #MahasiswaBergerak setiap melakukan aksi demonstrasi selalu meminta Jokowi turun dari jabatannya.

b. Stilistik (Pilihan Kata Apa yang Dipakai?)

Elemen ini mencari makna teks yang ingin disampaikan oleh penulis cuitan dengan pemilihan kata yang digunakan.

“Kelompok penikmat nasi bungkus alias KADRUN selalu teriak turunkan Jokowi tiap kali gelar aksi demo”

Leksikon yang digunakan penulis adalah „**Penikmat nasi bungkus**“ yang mana menurut peneliti kelompok yang mengikuti aksi demonstrasi sering menerima nasi bungkus secara gratis. Jadi, „munculah julukan tersebut.

c. Retoris

Pada skema dalam elemen grafis ini penulis menampilkan gambar meme yang menunjukkan Jokowi menggunakan pakaian *superman* dan *batman* bertuliskan “**Tak goyah dihajar Kadrun**”. Kalimat dan gambar tersebut secara tidak langsung menjelaskan bahwa mereka sama sekali tidak akan kalah oleh klaster #MahasiswaBergerak.

7. Analisis Teks Pada Akun @AngingMamiri26

a. Semantik (Makna yang ditekankan Pada Teks)

Pada skema semantik, latar yang disampaikan penulis adalah apa yang dilakukan mahasiswa dalam

demonstrasi adalah hal yang sia-sia, karena pada dasarnya Jokowi sudah memberikan statement bahwa perpanjangan masa jabatan presiden melanggar konstitusi.

b. Stilistik (Pilihan Kata Apa yang Dipakai?)

Pada elemen ini pemakaian kata yang digunakan oleh penulis adalah „bebal“.

“Kan berkali2 pak Jokowi bilang ga mau langar konstitusi. **Bebal banget seh**”.

Penggunaan kata „bebal“ adalah menggambarkan bahwa mahasiswa tidak mau tahu jika Jokowi sudah memberi statement berkali-kali untuk menolak perpanjangan masa jabatan.

8. Analisis Teks Pada Akun @DavidWijaya82

a. Semantik (Makna yang ditekankan Pada Teks)

Makna yang ingin ditekankan oleh penulis yakni ingin menyampaikan ungkapan rasa terimakasih kepada akun-akun yang mendukung klaster #SayaBersamaJokowi.

b. Stilistik (Pilihan Kata Apa yang Dipakai?)

Pemilihan kata yang ingin disampaikan oleh penulis cuitan kepada pembaca yakni menggunakan kata „**Silent Majority**“ yang memiliki arti mayoritas bisu.

9. Analisis Teks Pada Akun @ChusnulCh_

a. Semantik (Makna yang ditekankan Pada Teks)

Makna yang ditekankan oleh penulis dalam cuitannya yakni ingin menyudutkan dan membandingkan klaster #SayaBersamaJokowi dengan #MahasiswaBergerak. Dengan menampilkan citra baik dari relawan ganjar yang melakukan kegiatan berbagi di bulan Ramadhan, sedangkan pada cuitannya penulis menampilkan sisi buruk klaster #MahasiswaBergerak. Cuitan tersebut berusaha membentuk mental pembacanya yang nantinya akan terpengaruh untuk tidak menyukai klaster #MahasiswaBergerak.

b. Sintaksis (Bagaimana Pendapat Disampaikan?)

Pada struktur ini menampilkan koherensi dengan kata „dan“.

“Konsisten lakukan **dan** sebarkan kebaikan”.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

10. Analisis Teks Pada Akun @tjhinfar

a. Semantik (Makna yang ditekankan Pada Teks)

Makna yang ingin ditekankan pada cuitan tersebut yakni penulis ingin memberikan pendapatnya mengenai berita yang berisi pendapat dari pegiat media sosial yakni Abu Janda alias Permadi Arya. Penulis

menunjukkan dukungannya dari pendapat Permadi Arya yang mengatakan bahwa aksi demonstrasi mahasiswa pada 11 April 2022 tidak akan mampu melengsar Jokowi karena Jokowi menurutnya bukan Soeharto.

b. Retoris

Pada cuitan tersebut menyertakan link berita yang berjudul “Tanggapi Aksi Mahasiswa 11 April 2022, Abu Janda sebut dia Penggun Peralite bukan Pertamina” .

Berita tersebut bermaksud untuk menyudutkan pihak #MahasiswaBergerak.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

2) Hasil Analisis Teks Struktur Mikro #MahasiswaBergerak

No	Akun Twitter	Teks Cuitan
1.	Muslim Cyber Army (@MCAOps)	Dalam aksi yang digelar hari ini, Aliansi Mahasiswa Indonesia (AMI) menyampaikan 7 tuntutan rakyat. Presiden Jokowi juga didesak untuk segera bertemu mahasiswa. #MahasiswaBergerak
2.	HUKUM MILIK PENGUASA (@HukumDan)	Yang merasa cemas, takut dan was-was, silahkan pergi menjauh tinggalkan lokasi. Aksi mahasiswa tetap berjalan 11 April 2022 menuntut ketegasan sikap dan keberanian Jokowi untuk menolak penundaan pemilu dan perpanjangan jabatan dan copot luhut #MahasiswaBergerak
3.	Aiek Channel (@DeeJee_007)	#MahasiswaBergerak rekayasa 3 periode VS turunkan Jokowi pemicu demonstrasi: - PKI bangkit -Hutang 7000T -Pandemi dibisniskan -Aktivis Islam dizalimi - Perpanjangan masa jabatan -IKN jadi olok-olok dunia tanpa biaya -BBM LPG PPN MIGOR sembako naik, mahal dan langka.
4.	Izz Al Wiru (@IMCMushroom)	Silahkan para pemuja & pendukung Jokowi akan mempertahankan kekuasaan Jokowi dengan tagar atau demo #SayabersamaJokowi. Tapi kalian jangan panas dan ngamuk kalau KAMI ingin "TURUNKAN JOKOWI" punya hak masing-masing, ini Namanya demokrasi #MahasiswaBergerak

5.	Ku5_21 (@A1ki4_ku5)	<p>Demo yang aseek...dudukin Gedung rakyat, karena di parlemenlah yang punya Hak mencabut mandate untuk memakzulkan Jokowi dan jajarannya, dudukin tempat-tempat strategis seminggu aja, kolapse ini pemerintah... kuasai media tv untuk menyiarkan kondisi peserta aksi demo.. #MahasiswaBergerak</p>
6.	HUKUM MILIK PENGUASA (@HukumDan)	<p>Moga saja Jokowi berubah pikiran sebelum ada aksi demo 11 April 2022. Copot Menteri-menteri yang tidak becus kerja copot juga Menteri yang rakus jabatan dan batalkan semua kebijakan bawahan yang menyengsaraan masyarakat #MahasiswaBergerak</p>
7.	HUKUM MILIK PENGUASA (@HukumDan)	<p>Yang perlu di lakukan Jokowi 11422 di depan istana adalah umumkan secara tegas!</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menolak penundaan pemilu 2. Menolak keras perpanjangan Jabatan 3. Mencopot Menteri-menteri yang rakus jabatan 4. Segera evaluasi kebijakan Menteri-menteri yang rugikan rakyat <p>#MahasiswaBergerak</p>

8.	Nana (@ronavioleta)	Pejuang Pancasila dan NKRI?? Lo kata yang demo Jokowi ga pancasilais dan ga cinta NKRI??!! #MahasiswaBergerak
9.	Penjaga Villa (@herditiya1)	Warbyazaa rejim ini bikin sandiwara. Kades yang dukung 3 periode ternyata abal-abal. BEM Nusantara yang tolak demo ternyata mahasiswa abal-abal. Tagar saya bersama Jokowi digerakan bot berbayar. Kapan kapokmu, Jok? #MahasiswaBergerak
10.	Nicho Silalahi (@Nicho_Silalahi)	Mari kita bersolidaritass untuk Aksi 11 April 2022, Ayo Berikaan Dukunganmu Untuk perjuangan rakyat. Mari Gunakan Lagi Jarimu Untuk Retuit #MahasiswaBergerak #MahasiswaBergerak Bersama Kita Rebut Kedaulatan Rakyat!!! -Hasta La Victoria Siempre-

1. Analisis Teks Pada Akun @MCAOps

a. Semantik (Makna yang Ditekankan Pada Teks)

Pada skema ini penulis cuitan menekankan makna yang ingin disampaikan. Latar yang disampaikan oleh penulis adalah memberika keterangan tujuan dari aksi demonstrasi yang dilakukan oleh mahasiswa, dimana mahasiswa menyampaikan 7 tuntutan termasuk tuntutan Jokowi 3 periode. Maksud yang disampaikan oleh penulis yakni secara eksplisit dengan

menyebutkan **„Presiden Jokowi didesak untuk bertemu mahasiswa“**

Pada teks cuitan tersebut juga terdapat praanggapan yakni adanya pernyataan untuk mendukung makna suatu teks, pada cuitan tersebut penulis memberikan premis yakni **„Presiden juga didesak untuk segera bertemu mahasiswa“**. Pernyataan itu adalah premis dasar terhadap tuntutan demonstrasi mahasiswa.

2. Analisis Teks Pada Akun @HukumDan

a. Semantik (Makna yang Ditekankan Pada Teks)

Pada struktur ini penulis memberikan pendapatnya **„jika cemas, takut dan was-was silahkan pergi“** karena kebanyakan dari mereka yang mengikuti aksi demonstrasi tidak paham dengan apa yang terjadi pada aksi demo 11 April 2022. Maksud ditampilkan secara eksplisit, maksud dari penulis ingin aksi demonstrasi ini dilakukan dengan orang-orang yang memiliki semangat tinggi untuk melakukan penolakan perpanjangan masa jabatan presiden.

b. Stilistik (Pilihan Kata Apa yang Dipakai?)

Elemen ini mencari makna yang ingin disampaikan kepada penulis cuitan, penulis menggunakan kata **„copot Luhut“** karena banyak yang menduga bahwa Luhut adalah dalang dari Jokowi 3 Periode.

3. Analisis Teks Pada Akun @DeeJee_007

a. Semantik (Makna yang Ditekankan Pada Teks)

Latar yang disampaikan oleh penulis yakni menampilkan pemicu aksi demonstrasi mahasiswa dengan menambahkan detail didalam cuitan tersebut, yakni penulis menyudutkan Jokowi dengan menyebutkan beberapa kesalahan Jokowi selama menjabat sebagai Presiden.

b. Stilistik (Pilihan Kata Apa yang Dipakai?)

Penggunaan kalimat “#MahasiswaBergerak rekayasa 3 Periode” dalam cuitan tersebut tidak dijelaskan secara rinci sehingga menimbulkan penafsiran yang luas bagi pembacanya.

4. Analisis Teks Pada Akun @IMCMushroom

a. Semantik (Makna yang Ditekankan Pada Teks)

Pada struktur semantik ini, akun @IMCMushroom menandakan elemen latar dan maksud seperti pada cuitan berikut:

“Silahkan para pemuja dan pendukung Jokowi akan mempertahankan kekuasaan Jokowi dengan tagar atau demo”

Cuitan tersebut menampilkan beberapa kata sindiran untuk pihak pendukung Jokowi yang mana mereka tidak terima bila pihak mahasiswa mengikuti demo dan membuat tagar #MahasiswaBergerak.

b. Sintaksis (Bagaimana Pendapat Disampaikan?)

Pada struktur ini, terdapat kata ganti „kami“. Kata ganti tersebut memberikan rasa sikap yang dilakukan bersama-sama.

c. Stilistik (Pilihan Kata Apa yang Dipakai?)

Elemen ini mencari makna yang disampaikan oleh penulis cuitan, dalam cuitannya terdapat kalimat „**Jangan panas dan ngamuk kalau KAMI ingin TURUNKAN JOKOWI**“ kata-kata ini bukan hanya bernada kasar, tetapi juga mesusgestikan jika klaster #MahasiswaBergerak benar-benar ingin Jokowi turun dari jabatannya.

d. Retoris

Elemen retoris pada cuitan tersebut terdapat pada kata „**KAMI ingin TURUNKAN JOKOWI**“ . Penulis menggunakan huruf kapital untuk mengekspresikan kemarahannya dan memberi penonjolan hal yang penting yang ingin diketahui oleh pembaca. Penggunaan huruf kapital ini dimaksudkan untuk menekankan kepada pembaca agar tidak melewatkan hal yang penting.

5. Analisis Teks Pada Akun @A1ki4_ku5

a. Semantik (Makna yang Ditekankan Pada Teks)

Makna yang ditekankan dalam cuitan ini, yakni penulis memberikan informasi kepada pembaca jika ingin melengserkan Jokowi yaitu dengan menduduki tempat strategis

seperti, pemerintahan dan menguasai media agar fenomena perang tagar bisa meluas di media.

b. Stilistik (Pilihan Kata Apa yang Dipakai?)

Ditemukan unsur retorik pada cuitan tersebut yakni kata „memakzulkan“ yang memiliki arti menurunkan tahta atau memberhentikan jabatan. Selanjutnya, terdapat kata „kolapse“ memiliki arti runtuh atau jatuh.

6. Analisis Teks Pada Akun @HukumDan

a. Semantik (Makna yang Ditekankan Pada Teks)

Pada struktur ini berusaha menekankan makna pada suatu teks. Makna yang ingin disampaikan terdapat pada elemen pranggapan yang disampaikan secara eksplisit. Akun @HukumDan menyebutkan Menteri yang tidak becus dalam bekerja.

“Copot Menteri-menteri yang tidak becus kerja, copot juga Menteri yang rakus jabatan dan batalkan semua kebijakan bawahan yang menyengsarakan masyarakat”

Kutipan tersebut adalah suatu pendukung teks dalam wacana aksi demonstrasi

b. Stilistik (Pilihan Kata Apa yang Dipakai?)

Pemilihan kata „Tidak becus kerja“. Penulis dalam cuitannya berusaha menyoroti Menteri-menteri yang gagal memenuhi janji politiknya.

7. Analisis Teks Pada Akun @HukumDan

a. Semantik (Makna yang Ditekankan Pada Teks)

Skema semantik ini melihat makna yang ingin ditekankan pada penulis. Penulis menyebutkan beberapa tuntutan mahasiswa dengan disampaikan secara eksplisit. Penulis tidak menyembunyikan subjek dan secara gamblang menyebutkan „Jokowi“. Dari tuntutan-tuntutan yang disebutkan dalam cuitannya memiliki makna bahwa penulis merasa banyak sekali hal-hal yang perlu diperbaiki dalam pemerintahan Jokowi.

b. Stilistik (Pilihan Kata Apa yang Dipakai?)

Elemen ini menunjukkan gaya bahasa yang digunakan oleh penulis. Penggunaan kata „rakus“ disematkan kepada para Menteri di Indonesia. Dari hal tersebut dapat dipahami bahwa banyaknya pejabat negara yang melakukan rangkap jabatan.

8. Analisis Teks Pada Akun @ronavioleta

a. Semantik (Makna yang Ditekankan Pada Teks)

Makna yang ditekankan pada cuitan tersebut adalah penulis menyampaikan kekesalannya terhadap klaster #SayaBersamaJokowi yang menilai bahwa aksi demonstrasi mahasiswa dianggap Anti-Pancasila. Maksud yang disampaikan oleh penulis yakni secara implisit, penulis sama sekali tidak menyebutkan subjeknya.

b. Stilistik (Pilihan Kata Apa yang Dipakai?)

Pada elemen ini mencari gaya bahasa yang digunakan oleh penulis. Kalimat

“Lo kata yang demo Jokowi gak pancasilais dan ga cinta **NKRI??!**”

Kata “NKRI??!” terdapat penggunaan tanda seru dan tanda tanya yang mana penulis menunjukkan kekesalannya terdapat klaster #SayaBersamaJokowi

9. Analisis Teks Pada Akun @herditiya1

a. Semantik (Makna yang Ditekankan Pada Teks)

Pada struktur ini mencari makna yang ditekankan pada teks cuitan. Akun @herditiya1 dalam cuitannya menyudutkan berbagai pihak seperti, kades, BEM, dan klaster #SayaBersamaJokowi. Akun tersebut memberikan informasi negatif bahwa mereka melakukan sandiwara dalam isu wacana 3 periode. Dalam cuitannya penulis menguntungkan citra dirinya karena menyebutkan sisi negatif dari pihak lawan.

Elemen praanggapan juga ditemukan dalam cuitan akun @herditiya1. Penulis memberikan awalan kalimat **“Warbyazaa rejim ini bikin sandiwara”** diikuti dengan kalimat selanjutnya dengan memberikan contoh dari apa yang disandiwarkan oleh mereka.

b. Stilistik (Pilihan Kata Apa yang Dipakai?)

Elemen ini mencari gaya bahasa yang digunakan oleh penulis cuitan. Kata „Warbyaaza“ memiliki arti bahwa hal yang disandiwarkan oleh pihak lawan adalah hal yang tidak biasa.

10. Analisis Teks Pada Akun @Nicho_Silalahi

a. Semantik (Makna yang Ditekankan Pada Teks)

Makna yang ingin disampaikan oleh akun @Nicho_Silalahi terdapat kalimat dukungan untuk aks demonstrasi 11 April 2022. Penulis juha mengajak para pembacanya untuk ikut serta menaikkan tagar dan me-retweet tagar #MahasiswaBergerak.

b. Sintaksis (Bagaimana Pendapat Disampaikan?)

Terdapat sintaksis pada cuitan akun @Nicho_Silalahi. Penulis menggunakan kata „Kita“. Kata ganti tersebut memiliki implikasi untuk menumbuhkan solidaritas atau merangkul dukungan.

c. Stilistik (Pilihan Kata Apa yang Dipakai?)

Elemen pada stilistik yakni melihat gaya bahasa yang digunakan oleh penulis cuitan. Penulis menggunakan kalimat “**Hasta La Victoria Siempre**” yang memiliki arti “Maju terus menuju kemenangan”. Dari gaya bahasa tersebut menunjukkan bahwa penulis benar-benar ingin memperjuangkan aksi demonstrasi.

d. Retoris

Pada struktur retorik terdapat gambar yang menunjukkan beberapa Menteri-menteri dengan tulisan **“Turunkan Harga BBM-LPG-TDL-Turunkan harga sembako...!!!”**. Selain itu, terdapat tulisan **“Aksi kedaulatan Rakyat”**. Dari gambar tersebut terdapat gaya bahasa yang dilakukan oleh penulis cuitan yakni dengan memberikan beberapa ejekan dan ajakan.



Gambar 4. 10 Grafis pada cuitan akun @Nicho_Silalahi

Sumber : Twitter

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Tabel 4. 1 Hasil Temuan Analisis Teks Struktur Mikro

No	Elemen Struktur Mikro	Temuan
1	Semantik	-Ajakan untuk menaikkan tagar -Kemarahan -Saling menyudutkan dengan memberikan informasi negatif
2	Sintaksis	-Menggunakan kata ganti „kami“, „saya“ dan „ kita.
3	Stilistik	- <i>Name calling</i> : Kadrun, Cebong, Mahasewa dsb.
4	Retoris	-Menampilkan gambar dan meme -Penggunaan huruf kapital untuk menonjolkan hal yang ingin diperlihatkan oleh pembaca

Berdasarkan dari hasil temuan diatas dapat disimpulkan bahwa kemarahan terlihat dan mendominasi pada kedua klaster. Mereka terlihat saling menjatuhkan satu sama lain dengan saling memberikan informasi negatif, seperti contoh pada teks cuitan akun @LOVE_AG4EVER klaster #SayaBersamaJokowi. Dalam isi cuitan tersebut pemilik akun menyampaikan informasi secara implisit bahwa aksi demonstrasi mahasiswa adalah hasil dari kerja sama dengan Amerika Serikat. Secara tidak langsung ia mengajak pembaca untuk menaruh kecurigaan kepada mahasiswa dengan memberikan informasi yang tidak diketahui kebenarannya. Terlihat juga cuitan pada klaster #MahasiswaBergerak yang

menggunakan huruf kapital “KAMI ingin TURUNKAN JOKOWI” penggunaan huruf kapital itu digunakan untuk mengekspresikan kemarahan penulis cuitan, kalimat tersebut juga untuk menyiratkan bahwa tidak setuju dengan perpanjangan masa jabatan presiden.

Selanjutnya, pada gerakan tagar ini banyak sekali yang menggunakan julukan yang pernah populer pada masa Pilpres 2019 adalah Cebong dan Kadrun. Pada masa itu panggilan cebong ditujukan untuk pendukung Jokowi-Amin, sedangkan panggilan Kadrun ditujukan untuk pendukung Prabowo-Sandi. Kedua panggilan itu dimaksudkan untuk merendahkan masing-masing pendukung. Sangat mudah untuk menemukan julukan cebong dan kadrun di media sosial, dengan cara mengunjungi akun Twitter atau Youtube yang sengaja membuat konten kritik terhadap pemerintah dan setelah itu akan menemukan kata cebong dan kadrun, beserta sederet julukan negatif. Selain itu juga ditemukan julukan yakni „mahasewa“ julukan tersebut ditujukan juga kepada mahasiswa.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

2. Analisis Kognisi Sosial

Analisis teks saja tidak cukup untuk penelitian wacana, sebab teks hanya sebagai hasil dari suatu “praktik produksi”. Untuk membongkar makna terselubung dalam teks #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak diperlukan kognisi sosial, yang meliputi kesadaran, pengetahuan, dan prasangka atas suatu peristiwa. Dimensi ini dapat menggambarkan bagaimana sebuah teks dapat dikembangkan adalah kognisi sosial.

Dari hasil penelitian pada cuitan dari beberapa akun Twitter, dapat dilihat bahwa ditemukannya beberapa skema yang bisa menjadi landasan bagaimana penulis cuitan menyampaikan pendapatnya melalui tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak. Pada buku *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media Eriyanto* terdapat analisis kognisi sosial yang mempunyai empat skema yaitu:⁵⁵

1. Skema person

Skema person yakni dilihat bagaimana seorang pembuat wacana memandang dan menggambarkan orang lain.

2. Skema diri

Skema ini dilihat dari bagaimana pembuat wacana memandang, memahami dan menggambarkan diri sendiri.

3. Skema peran

skema ini berhubungan dengan bagaimana pembuat teks memandang

⁵⁵ Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: LKIS Group, 2017). 228

dan menggambarkan peranan dan posisi yang ditempati seseorang dalam masyarakat.

4. Skema peristiwa

Skema yang menjadi ukuran seorang pembuat teks/wacana, karena peristiwa adalah hal yang selalu dilihat dan didengar.

Berdasarkan wawancara kepada responden #SayaBersamaJokowi, dapat ditemukan skema pertama yakni skema *person* yang mana dapat dilihat bagaimana seseorang penulis cuitan memandang orang atau kelompok lain. Mereka memandang bahwa tagar #SayaBersamaJokowi yang kemudian menjadi trending adalah bentuk cinta dan dukungan pada pemerintahan yang dipimpin Presiden Jokowi . Berikut adalah pernyataan pemilik akun @WantaNKRI.

“#SayaBersamaJokowi sebagai wujud dukungan pada pemerintahan yang dipimpin oleh Pak Jokowi”

Pernyataan tersebut mewakili beberapa pernyataan responden lainnya yang menyampaikan bahwa tagar #SayaBersamaJokowi bertujuan untuk mendukung dan mengawal Jokowi, dan juga tagar tersebut untuk melawan klaster #MahasiswaBergerak, Pernyataan tersebut diperkuat oleh pernyataan dari @Budiawan1985 yang menyampaikan pendapatnya bahwa tagar tersebut harus dilambungkan untuk melawan klaster #MahasiswaBergerak. Berikut pendapat dari pemilik akun @Budiawan1985.

“Tagar #SayaBersamaJokowi harus dilambungkan untuk melawan kelompok oposisi yang gapunya orientasi kritikan”

Menurut @Budiawan1985 bahwa orang-orang yang melontarkan hashtag #MahasiswaBergerak dianggap tidak memiliki pandangan dan tujuan untuk mengkritik secara benar. Klaster #MahasiswaBergerak hanya mengkritik secara semata hanya ikut-ikutan saja.

Sedangkan, pada klaster #MahasiswaBergerak berdasarkan skema person telah ditemukan pada akun @AkhiefaDanie bahwa ia melihat dari aksi gerakan tagar #MahasiswaBergerak tujuannya sebagai bentuk dukungan kepada pemerintah dan mendukung aksi demo sebagai simbol demokrasi. Pemilik akun tersebut berarti mendukung adanya gerakan opini digital, ia sama sekali tidak memandang negatif bahwa tagar #MahasiswaBergerak bukan tagar yang bertujuan untuk menyudutkan Jokowi tetapi untuk mendukung pemerintah.

Dari dua pendapat yang dikemukakan oleh responden @WantaNKRI, @Budiawan1985 dan @AkhiefaDanie sebagai 3 responden yang menggunakan tagar berbeda. Dapat disimpulkan bahwa terdapat tujuan yang sama bagi masing-masing klaster untuk membela pilihannya mereka melalui gerakan tagar di media Twitter. Responden @AkhiefaDanie memilih untuk tidak menyudutkan lawan politiknya dan tidak terlalu ingin mempengaruhi pilihan politik orang lain.

Selanjutnya, pada skema diri yakni berhubungan dengan bagaimana penulis cuitan memandang diri sendiri. Dalam wawancara yang ditampilkan oleh beberapa responden menyatakan bahwa mereka memosisikan dirinya sebagai pendukung Jokowi tetapi tidak untuk mendukung Jokowi 3 periode. Berikut pendapat yang disampaikan oleh @Ndaxwz.

“Tidak sesuai dengan undang-undang yang berlaku, pak Jokowi taat pada hukum, demikian juga kita sebagai pendukungnya”

Menurut akun @Ndaxwz sebagai pendukung Jokowi harus mengikuti aturan yang ditetapkan oleh konstitusi, seperti yang disampaikan oleh Jokowi pada 15 maret 2021. Berdasarkan pernyataan presiden Jokowi pada 15 Maret 2021 “Saya tidak ada niat, tidak ada juga berminat menjadi presiden tiga periode, konstitusi mengamanahkan dua periode”.⁵⁶ Dalam kesempatan tersebut, Presiden Jokowi benar-benar menegaskan sama sekali tidak ingin atau tidak memiliki niat untuk melanjutkan jabatannya 3 periode. UUD 1945 telah mengatur masa jabatan presiden selama dua periode yang seharusnya kita patuhi Bersama. Pada wawancara tersebut akun @Ndaxwz juga mengaku sebagai simpatisan PDIP, akun tersebut memiliki 18,9rb pengikut dan mengikuti 21,5rb. *Tweet* yang menggunakan tagar #SayaBersamaJokowi, berisi mengenai dukungan dan kritik yang ditujukan kepada mahasiswa. Akun ini melakukan perantara karena dianggap memiliki kredibilitas karena status akun tersebut yang menyandang status *selebtweet* sehingga dapat memberikan pengaruh kepada pengikutnya. Sedangkan, akun Twitter @aan_muba juga mengaku sebagai simpatisan organisasi yaitu GANTARI (Ganjar Nusantara Republik Indonesia).

Dalam wawancara berikutnya akan di uraikan pendapat dari akun @WantaNKRI mengenai sikap responden terhadap gerakan tagar #SayaBersamaJokowi. Berikut hasil wawancara pada akun @Wanta NKRI :

“Relatif! Mengikuti tagar #SayaBersamaJokowi untuk mendukung

⁵⁶ BPMI Setpres, “Presiden Jokowi: Sikap Saya Tak Berubah, Tidak Ada Niat Jadi Presiden Tiga Periode,” Presiden Republik Indonesia, 2023, <https://www.presidentri.go.id/siaran-pers/presidentri-jokowi-sikap-saya-tak-berubah-tidak-ada-niat-jadi-presiden-tiga-periode/>.

pemerintahannya hingga purna tugas (masa jabatan berakhir) sesuai konstitusi yang berlaku”

Dari hasil wawancara pada akun @WantaNKRI, diperoleh kesimpulan bahwa responden menggunakan tagar di dalam cuitannya dengan tujuan mendukung Jokowi sampai masa jabatan berakhir. Dengan demikian, responden juga berharap apa yang diunggah di akun Twiternya dapat lebih banyak dilihat oleh banyak orang. Responden juga menyatakan bahwa tagar tersebut perlu diekspresikan agar memberi pencerahan kepada masyarakat.

Selanjutnya berdasarkan klaster #MahasiswaBergerak kedua responden tersebut memiliki pendapat yang berbeda, pada pemilik akun @AkhiefaDanie ia memposisikan dirinya pendukung pemerintah tetapi tidak mendukung 3 periode dengan alasan tidak sesuai dengan konstitusi. Berikut pendapat yang ia sampaikan.

“Iya, mengajak orang lain untuk mendukung pemerintah bukan mendukung 3 periode.”

Sedangkan pada akun @DjoySjp ia memposisikan dirinya bukan pendukung pemerintah dengan alasan prihatin akan kondisi sosial politik di Indonesia maka dari itu Sutarjo membuat cuitan dengan tagar #SayaBersamaJokowi.

“Prihatin dengan situasi sospol saat ini makanya mendukung #MahasiswaBergerak”

Dari penjelasan yang dikemukakan oleh akun @AkhiefaDanie dan @DjoySjp, dapat dilihat pola yang sama bahwa mereka memposisikan dirinya sebagai orang yang tidak setuju dengan wacana Jokowi 3 periode. Terlebih lagi,

responden @DjoySjp melihat situasi perpolitikan di Indonesia tidak sebaik dulu.

Skema selanjutnya yakni skema peran. Skema peran menempatkan penulis cuitan memandang peranan dan posisi yang ditempati seseorang dalam masyarakat. Dalam wawancara tersebut ditemukan bahwa pemilik akun @Ndaxwz sebagai klaster #SayaBersamaJokowi, dimana ia memberikan pendapat bahwa tagar yang dibuat oleh pendukung Jokowi adalah sebagai wujud untuk menghargai kerja keras Jokowi . Berikut pendapat @Ndaxwz.

“Tagar #SayaBersamaJokowi sbg wujud loyalitas & penghargaan kpd beliau yg sdh bekerja keras utk negri ini”

Pemilik akun @Ndaxwz dalam wawancaranya juga memandang bahwa tagar yang diciptakan tersebut adalah bentuk cinta dan menyatakan Jokowi adalah presiden yang sah menurut hukum. Berikut kutipan dari wawancara @Ndaxwz.

“Artinya rakyat sangat mencintai & menyatakan bhw Presiden Jokowi adalah pilihan yg sah menurut hukum”

Pandangan yang serupa juga disampaikan oleh pemilik akun @Aan_muba. Seperti wawancara berikut.

“Sebagai anak bangsa, sudah menjadi kewajiban mengawal konstitusi.”

Berbeda dengan yang disampaikan oleh pemilik akun @DjoySjp sebagai klaster #MahasiswaBergerak, ia menyampaikan bahwa Trendingnya #MahasiswanyaBergerak berharap masyarakat bisa tersadar akan situasi.

Berikut pendapat yang disampaikan oleh @DjoySjp.

“Trendingnya # MahasiswaBergerak berharap mereka tersadar akan situasi dan melakukan gerakan real untuk melawan kezaliman rezim”

Pendapat yang disampaikan akun @DjoySjp cenderung negatif, ia menganggap netizen yang membuat tagar #MahasiswaBergerak adalah gerakan nyata untuk melawan kezaliman rezim. Tetapi ia tidak menyebutkan apa saja kezaliman rezim.

Melalui argumen pada beberapa responden terkait skema diri dalam gerakan tagar. Mereka berkesimpulan bahwa gerakan tagar di media Twitter perlu ditunjukkan kepada pembaca atau kepada pengguna media Twitter.

Skema terakhir yakni skema peristiwa. Skema peristiwa merupakan skema yang menjadi seorang penulis cuitan, karena peristiwa adalah hal yang selalu dilihat dan didengar. Dalam skema tersebut responden melihat bahwa gerakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak yang menjadi viral di media sosial sangat perlu diekspresikan sebagai bentuk dukungan untuk pemerintahan dan bisa untuk pencerahan bagi masyarakat Indonesia. Seperti pada hasil wawancara oleh akun @Djoysip sebagai klaster #MahasiswaBergerak.

“Karena tagar itu bentuk dukungan sikap”

Pandangan tersebut serupa dengan pemilik akun @Been4Q59 sebagai klaster #SayaBersamaJokowi, dimana ia memandang dengan adanya tagar tersebut akan berdampak pada situasi politik. Berikut kutipan wawancara oleh akun @Been4Q59.

“ya, karna akan menggedor pemerintah dgn media”

Pemilik akun tersebut menganggap dengan munculnya tagar #SayaBersamaJokowi dapat menarik perhatian pemerintah dan media. Tagar di Twitter identik dengan dukungan terhadap suatu orang atau isu. Tagar yang

dibuat oleh dua klaster ini menggambarkan pembelaan terhadap orang atau isu tertentu. Dengan cara membuat tagar sebagai bentuk dukungan maka akan dapat menarik perhatian para pembaca dan bisa memobilisasi banyak orang untuk membuat tagar yang sedang tren.

Dari hasil analisis 4 skema tersebut, peneliti dapat melihat kognisi sosial dari semua klaster #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak. Semua responden masing-masing memosisikan dirinya sebagai masyarakat yang mendukung aksi demonstrasi maupun yang menolak aksi demonstrasi. Mereka melihat Gerakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak sebagai sesuatu yang efisien agar pemerintah bisa melihat opini-opini yang dibentuk dari tagar tersebut.

Opini yang dihasilkan dari aksi gerakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak menunjukkan munculnya Gerakan Opini Digital (DMO). Ciri-ciri DMO yang dijelaskan oleh Barisione dapat ditemukan. Ciri pertama, percakapan berlangsung secara spontan sebagai reaksi dari penulis cuitan. Wacana 3 periode sempat meredup tetapi kembali lagi pada tahun 2021. Munculnya wacana 3 periode mengakibatkan adanya perang tagar yang terjadi Twitter dengan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak menjelang aksi demo. Banyak pengguna akun Twitter memposting cuitannya dengan menunjukkan dukungan dan penolakan terhadap Jokowi 3 periode. Kedua tagar tersebut sempat menjadi trending topik dengan waktu yang singkat yakni 2-3 hari. Puncak pembicaraan terjadi pada tanggal 11 April 2022.

Ciri-ciri gerakan opini digital lainnya dalam kasus ini adalah pendapat yang homogen. Para pengguna akun Twitter mengungkapkan pendapat mereka tentang suatu isu secara homogen. Dari hasil analisis teks klaster #SayaBersamaJokowi pada intinya mereka mengungkapkan kekesalannya kepada aksi demonstrasi mahasiswa dan hanya ingin mengawal presiden Jokowi, sedangkan dari hasil wawancara pada klaster #SayaBersamaJokowi tujuannya mereka membuat tagar tersebut bukan untuk mendukung perpanjangan masa jabatan presiden Jokowi dengan alasan tidak sesuai dengan konstitusi. Berdasarkan pernyataan presiden Jokowi pada 15 Maret 2021 *“Saya tidak ada niat, tidak ada juga berminat menjadi presiden tiga periode, konstitusi mengamankan dua periode”*.

Sementara itu, berdasarkan analisis teks klaster #MahasiswaBergerak membuat cuitan dengan harapan selama demonstrasi berjalan dengan baik tanpa keributan dan juga beberapa yang menyudutkan pihak pendukung Jokowi, sedangkan hasil wawancara mereka membuat tagar #MahasiswaBergerak sebagai bentuk dukungan untuk pemerintah.

Gerakan opini yang diciptakan ini tidak semua didorong oleh dirinya sendiri tetapi beberapa dari responden tersebut mengakui bahwa mereka didorong oleh aktor gerakan sosial, seperti pemilik akun @aan_muba mengaku menjadi relawan Ganjar Nusantara Republik Indonesia (GANTARI). Gantari adalah organisasi sayap pendukung Ganjar Pranowo. Dalam wawancara, Aan juga mengatakan bahwa ia menolak Jokowi 3 periode karena tidak sesuai dengan konstitusi. Tetapi menariknya, peneliti melihat beberapa cuitan akun @aan_muba

terdapat cuitan yang mengarah kepada dukungan Jokowi 3 periode. Pernyataan dari pemilik akun @Aan_muba menunjukkan perbedaan yang membuat peneliti berspekulasi bahwa cuitan yang diunggah @Aan_muba adalah hasil dari gerakan *buzzer*. Tetapi belum ada data yang *valid* jika akun @Aan_muba adalah *buzzer*. Seperti yang ditunjukkan pada gambar di bawah ini:



Gambar 4. 11 Cuitan akun @Aan_muba

Sumber: Twitter

Selain itu, peneliti menemukan salah satu responden yang mengaku sebagai *buzzer* Jokowi, pemilik akun @Been4Q59 yakni Ari Rizal memosisikan dirinya sebagai *buzzer* #SayaBersamaJokowi, tugas Ari sebagai *buzzer* yaitu mempengaruhi pengikut atau pembaca yang memiliki antusias tinggi dengan *retweet* yang banyak dan tentu saja dengan pengikut yang banyak. Dalam istilah *buzzer* dapat didefinisikan sebagai individu atau kelompok yang bertindak sebagai pencipta kata-kata yang diperbincangkan oleh netizen di dunia maya, seperti tagar #SayaBersamaJokowi. Dengan menjadi *buzzer* Ari bisa mengajak banyak orang untuk mendukung opininya. Mobilisasi media sosial yang dilakukan oleh Ari Rizal dalam penggunaan tagar dipandang sebagai strategi

untuk memenangkan kontestasi politik. Pergerakan tagar #SayaBersamaJokowi mengalahkan #MahasiswaBergerak sebagai trending topik di Twitter yang memunculkan spekulasi adanya keterlibatan *buzzer*. Dari data drone emprit menunjukkan data percakapan #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak, dimana volume percakapan #SayaBersamaJokowi lebih tinggi dibandingkan #MahasiswaBergerak.⁵⁷ Selain itu, peneliti melihat beberapa cuitan pengunggah tagar #SayaBersamaJokowi mengakui sebagai *buzzer*, pembuat cuitan tersebut mengakui secara terang-terangan jika mereka adalah *buzzer* dari Jokowi, seperti pada gambar dibawah ini:



Gambar 4. 12 Contoh Buzzer

Sumber: Twitter

⁵⁷ Andi Rahman, "Adu Tagar #MahasiswaBergerak VS #SayaBersamaJokowi," Drone Emprit, 2022, <https://pers.droneemprit.id/adu-tagar-mahasiswabergerak-vs-sayabersamajokowi/>.

Gambar diatas menunjukkan cuitan kampanye dari para *buzzer*. Hampir semua postingan *buzzer* berisi konten yang menyerang lawan politik. Sudah bisa dipastikan dari beberapa gambaran unggahan para *buzzer* untuk menjatuhkan lawan politik. Unggahan yang bersifat menyerang tetap diperlukan untuk melihat rekam jejak lawan. Hal itu disebabkan, para *buzzer* akan berusaha menutupi semua kekurangan klasternya dan peran *buzzer* saling membuka kelemahan maupun rekam jejak lawan.



Gambar 4. 13 Contoh Buzzer

Sumber: Twitter

Narasi ajakan #SayaBersamaJokowi adalah salah satu narasi untuk menyerang mahasiswa yang disampaikan oleh @Ronaldlampard8 melalui akun Twitter. Ronald Lampard merupakan influencer kubu #SayaBersamaJokowi. Ronald menggunakan istilah "Kelompok penikmat nasi bungkus alias Kadrun" panggilan tersebut ditujukan kepada mahasiswa yang mengikuti demonstrasi, lalu

ditambah dengan ungkapan “Saatnya lawan para pecundang negeri” untuk menarik emosi khalayak dalam melawan mahasiswa.

Banyak cuitan-cuitan yang semula hanya dianggap biasa tapi ditangan *buzzer* akan berubah menjadi hal yang selalu dibicarakan. Tidak hanya dibicarakan, hal tersebut dapat mengundang banyak reaksi dari netizen. Sebut saja reaksi pro kontra pada mahasiswa yang menuntut Jokowi, suka atau tidak suka yang pada akhirnya akan menjadi hal yang terus dibahas, ditonton dan kemudian dibagikan. Mau tidak mau isu yang disajikan oleh *buzzer* tentang mahasiswa menuntut Jokowi ini, perlahan-lahan masyarakat pun memberi cap negatif kepada mahasiswa untuk hal tersebut. Di samping permasalahan itu, *buzzer* tentunya akan memainkan perannya dengan menyebarkan konten-konten yang dilakukan secara konsisten selama menjadi trending topik, pastinya lambat laun dapat mengubah persepsi netizen.⁵⁸ Selain itu menyebabkan opini yang berkembang adalah bentuk kesalahan mahasiswa.

Dari fenomena *buzzer* politik menimbulkan pertanyaan mengapa khalayak mudah dimobilisasi? Banyak sekali serangan-serang *netizen* yang saling melawan satu sama lain antara pertarungan klaster #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak. Kedua klaster sudah terpolarisasi dalam dua kutub yang berbeda. Hal tersebut membuat netizen menanggapi suatu isu lebih pada keyakinan daripada berdasarkan pertimbangan faktual. Hoaks dan disinformasi pun dengan mudah menyebar. Masyarakat yang berada didalam satu kubu akan

⁵⁸ Ade Faulina, Emeraldy Chatra, and Sarmiati Sarmiati, “Peran Buzzer Dan Konstruksi Pesan Viral Dalam Proses Pembentukan Opini Publik Di New Media,” *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 7, no. 1 (2020): 1.

terus menerima informasi dari beranda. Itulah alasan kebencian para *buzzer* semakin cepat menyebar dan memiliki jangkauan yang luas karena mereka terus dalam timeline pendukung di satu kubu.

Tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak dapat disebut sebagai propaganda abu-abu. Propaganda abu-abu adalah propaganda yang dilakukan oleh kelompok yang tidak jelas. Biasanya propaganda tersebut ditujukan untuk adu domba dan gossip. Kedua tagar ini diciptakan untuk mempengaruhi pikiran pembaca untuk mengganti presiden atau mempertahankan presiden. Dalam propaganda politik pada gerakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak terdapat teknik-teknik propaganda yakni:

1. *Name calling* : Masing-masing kedua tagar tersebut saling memberikan labelling secara terus menerus agar para pembaca percaya dengan label yang diberikan seperti julukan „Kadrun“ dan „Cebong“
2. *Emotional Stereotype* : Dalam isi cuitan-cuitan ini pastinya terdapat penggiringan opini yang mana menciptakan bahasa agar membuat pembaca percaya dengan apa yang dikatakan propagandis, seperti contoh cuitan pada akun @LOVE_AG4EVER yang memberikan kecurigaan terhadap mahasiswa dengan menyebutkan bahwa aksi demonstrasi ada hubungannya dengan Amerika dan pemilik akun menambahkan kalimat dengan huruf kapital “*HANYA TUHAN, KADRUN & MAHASEWA YANG TAHU*” secara tidak langsung kalimat tersebut dapat membuat pembaca percaya.

3. *Testimonial* : Teknik ini adalah menggunakan tokoh untuk mendukung visi misi cuitan, seperti pada cuitan pemilik akun @tjhinfar, dalam cuitannya ia menyebutkan tokoh penggiat sosial media pada cuitannya

“Sepakat dengan Abu Janda, jaman sekarang beda dengan jaman Soeharto dulu.”

Akun tersebut juga menyertakan link berita yang berisi pendapat Abu Janda alias Permadi Arya. Melalui akun instagramnya, ia mengatakan lebih banyak masyarakat Indonesia yang mencintai Jokowi daripada sebaliknya.



Gambar 4. 14 cuitan akun @RD_4WR1212

Sumber: Twitter

4. Retorika : Pemilihan kalimat yang dapat menarik pembacanya sehingga orang tersebut dapat menuruti kehendak pembuat cuitan, seperti pada cuitan pemilik akun @RD_WR1212 dan @Nicho_Silalahi, dalam cuitan kedua akun tersebut mereka saling memberikan kata-kata yang menarik

pembaca untuk mengikuti ajakannya, seperti pada cuitan gambar dibawah ini:



Gambar 4. 15 cuitan akun @RD_4WR1212 dan @Nicho_Silalahi

Sumber : Twitter

Pada akun @RD_4WR1212 dan @Nicho_Silalahi, mereka membuat cuitan dengan mengajak para pengikut atau pembacanya untuk menaikkan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak, dengan pemilihan kata yang dapat menarik pendukungnya.

“Tunjukkan kebersamaan kita, kawal Presiden Jokowi. Naikkan tagar lagi”

“Mari gunakan lagi jarimu untuk retuit dengan tagar #MahasiswaBergerak. Bersama kita kedaulatan rakyat!!!”

Dengan teknik retorika tersebut mendapatkan ratusan ribu *likes*, *retweet* dan komentar. Melalui penggunaan retorika membuatnya lebih mudah untuk memobilisasi pembaca dan bisa juga secara bersamaan menarik dukungan.

Berdasarkan analisis yang peneliti lakukan dapat disimpulkan, terlihat jelas bahwa setiap responden dan pembuat cuitan memiliki minat dan keberpihakan politik yang berbera. Setiap responden memiliki harapan, prasangka, perasaan, ketakutan atau kecenderungan yang mengarahkan untuk memilih atau tidak memilih Jokowi sebagai presiden di tahun 2024.

Dari hasil wawancara, masing-masing responden memiliki jawaban yang serupa. Responden dari klaster #SayaBersamaJokowi memilih untuk menjadi pendukung Jokowi bukan menjadi pendukung 3 periode. Semua responden juga memiliki prasangka dan rasa takut kecenderungan untuk mendukung atau tidak mendukung Jokowi 3 periode. Propaganda politik melalui #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak dapat dilihat dari berbagai sudut yang berbeda. Pada klaster #SayaBersamaJokowi beranggapan gerakan tagar #MahasiswaBergerak bertujuan untuk menjatuhkan Jokowi. Sedangkan pada klaster #MahasiswaBergerak beranggapan gerakan tagar #SayaBersamaJokowi bertujuan untuk mempertahankan jabatan Jokowi sampai 2024.

3. Analisis Konteks Sosial

Pada tahap ini, konteks sosial yaitu melihat hubungan struktur wacana yang berkembang dalam tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak. Kedua tagar ini sudah menyebar dan menjadi *trending topic* di Twitter sehingga menjadi perbincangan publik. Kedua

tagar inipun menimbulkan berbagai macam opini baik opini positif maupun negatif, bahkan beberapa pembuat cuitan mengaku sebagai *buzzer* untuk melakukan perlawanan kepada lawan politiknya. Tagar #SayaBersamaJokowi berisi kemarahan dan kekesalan pada mahasiswa yang ingin menurunkan Jokowi, sedangkan untuk tagar #MahasiswaBergerak berisi tentang harapan agar demonstrasi berjalan dengan aman.

Dalam berkembangnya wacana Jokowi 3 periode di media Twitter ini, terdapat opini publik yang terjadi. Mulai dari Aksi gerakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak di media Twitter yang mana memberikan opini terkait tuntutan-tuntutan mahasiswa. Kemudian muncul berbagai provokasi dan hoax, seperti pada klaster #SayaBersamaJokowi yang menganggap aksi demo mahasiswa ditunggangi oleh pihak lain, seperti munculnya isu bahwa demonstrasi hasil dari tekanan Amerika. Selain itu, adanya ajakan dan instruksi kepada para pembaca untuk menaikkan masing-masing tagar mereka. Sehingga, kedua tagar pun berhasil menjadi *trending topic*. Pembuat cuitan pun juga cenderung menunjukkan kemarahannya dalam cuitan mereka dengan kata-kata ejekan. Bagi mereka kemarahan itu sendiri harus diungkapkan. Hal ini menunjukkan bahwa kata-kata ejekan mengajak pembaca untuk ikut merasakan emosi dan kemarahan untuk ikut serta dalam aksi protes mereka sendiri. Oleh karena itu, dapat disimpulkan penggiringan opini publik pada isu Jokowi 3 periode terbilang berhasil dari bagaimana netizen

merespon dan melihat tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak ini. Menggunakan tagar (#) di sosial media sebagai bentuk dukungan, protes, kritik dan sebagainya dalam melakukan sebuah gerakan sosial. Hal itu akan menarik perhatian netizen sehingga mereka akan mencari tahu latar belakang munculnya tagar tersebut kemudian memutuskan untuk merespon terkait isu yang dibawa dalam tagar tersebut. Kini tagar telah memiliki peran bagi kehidupan ke dalam solidaritas sosial, politik, gerakan aksi melalui media sosial, menggerakkan massa. Sebagai alternatif mendapatkan informasi, sebagai alat propaganda, dan masih banyak lainnya.

Tabel 4. 2 Hasil Temuan Struktur Wacana

No	Struktur Wacana	Hasil Temuan
1.	Analisis Teks	<ul style="list-style-type: none"> - Gerakan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak menunjukkan proses wacana yang berkembang yaitu ajakan kepada para pembaca untuk menaikkan tagar dan untuk menjatuhkan lawan. Tujuan dari ajakan tersebut yakni untuk mendapatkan perhatian publik dikalangan pemimpin dan masyarakat. - Setiap cuitan dengan tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak memiliki penekanan makna dan pemilihan kata yang mendukung wacana tersebut. Seperti penggunaan kalimat dukungan,

		<p>ejekan, dan kalimat provokatif.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Penggunaan <i>name calling</i> pada klaster #SayaBersamaJokowi, mereka memberi cap labelling kepada klaster #MahasiswaBergerak dengan julukan Kadrun, Mahasewa atau Penikmat nasi bungkus. Penggunaan <i>name calling</i> juga digunakan pada klaster #MahasiswaBergerak yakni dengan julukan Cebong.
2.	Kognisi Sosial	<ul style="list-style-type: none"> - Klaster #SayaBersamaJokowi memandang gerakan tagar yang dimunculkan oleh netizen adalah sebagai wujud untuk mengekspresikan dan bentuk dukungan kepada Presiden Jokowi. Pandangan yang serupa juga disampaikan oleh klaster #MahasiswaBergerak yakni memandang bahwa gerakan tagar ini adalah sebuah dukungan untuk pemerintah. Dimana mereka berharap agar tagar tersebut dapat menjadi perhatian publik. - Klaster #SayaBersamaJokowi membuat cuitan dengan tagar tersebut bukan untuk mendukung adanya perpanjangan jabatan presiden tetapi untuk mengawal dan menjaga Jokowi dari aksi-aksi anarkis Mahasiswa pada saat demonstrasi. - Responden mengaku secara terang-terangan sebagai <i>buzzer</i> #SayaBersamaJokowi, padahal ia tidak

		<p>mendukung Jokowi 3 periode.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Propaganda abu-abu, propaganda yang kelompok atau orangnya tidak jelas. Hasil wawancara membuktikan jika kebanyakan dari mereka tidak menjadi simpatisan manapun
3.	Konteks Sosial	<ul style="list-style-type: none"> - Proses wacana dari konteks sosial yakni wacana #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak adalah muncul dengan sendirinya disebabkan adanya beberapa tuntutan mahasiswa khususnya tuntutan Jokowi 3 Periode.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menemukan beberapa hal. Pertama, dalam struktur wacana analisis teks, teks cuitan masing-masing klaster menunjukkan kemarahan dan saling menjatuhkan melalui ungkapan sindiran. Beberapa cuitan menggunakan teknik *name calling*. Julukan yang muncul adalah *cebong* dan *kadrun*. Tujuan pemberian julukan ini untuk menurunkan derajat nama seseorang di muka publik . Kedua, dalam kognisi sosial, dapat ditemukan adanya *buzzer* yang berperan untuk memperluas informasi sehingga informasi tersebut dapat menjadi *trending topic*. Meskipun *buzzer* tersebut menyampaikan informasinya tidak atas dasar inisiatifnya dan juga tidak atas dasar kesamaan ideologinya. Pada kognisi sosial juga ditemukan kesamaan pendapat dari klaster #SayaBersamaJokowi bahwa mereka membuat tagar tersebut bukan dengan tujuan mendukung Jokowi 3 Periode tetapi hanya ingin mengawal dan menjaga Jokowi dari aksi anarkis klaster #MahasiswaBergerak.

Ketiga, dalam aspek konteks sosial, proses wacana yang berkembang dilihat dari pembuat cuitan sendiri, mereka melakukan gerakan tagar dengan maksud agar publik dan pemerintah dapat memahami isi dari tuntutan dan protes kedua klaster tersebut. Gerakan tagar ini terjadi dengan spontan, bersifat homogen, tidak terorganisasi,

dan banyak aktor yang terlibat. Keberadaan kedua tagar ini dapat melihat sebuah pergerakan opini yang mampu memobilisasi dalam jaringan komunikasi. Penggiringan opini dalam twitter merupakan suatu bentuk penyebaran yang direncanakan bersama dengan tujuan untuk mengubah pandangan dan pendapat dari penerimanya. Gerakan tagar ini berhasil membuat media Twitter menjadi media untuk berpropaganda dengan membuat narasi sehingga pembaca pun ikut tergiring.

Dapat diambil kesimpulan dari semua struktur wacana Van Dijk bahwa wacana yang dikembangkan oleh tagar #SayaBersamaJokowi dan #MahasiswaBergerak ini adalah sebuah bentuk ajakan kepada para pengguna Twitter di Indonesia untuk mendukung masing-masing visi dan misi dari klaster pendukung Jokowi dan bukan pendukung Jokowi. Tujuan dari munculnya opini-opini dengan tagar tersebut adalah untuk mendapatkan perhatian publik maupun pejabat tinggi lainnya, dimana saat itu kekuatan rakyat juga sangat dibutuhkan. Aksi demonstrasi ini juga salah satu bentuk untuk memperkuat penguatan sipil. Karena agar pemerintahan dapat memahami tuntutan-tuntutan yang mereka suarakan.

B. Saran

Saran yang diberikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji gerakan sosial berupa tagar di media sosial Twitter khususnya, diharapkan untuk mengobservasi fenomena saat tagar tersebut masih menjadi pembicaraan hangat publik.
2. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih variatif dalam menganalisis atau mengkaji fenomena yang terjadi di jagad media sosial.
3. Disarankan untuk penelitian selanjutnya menggunakan berbagai metode analisis wacana yang beragam dan fenomena yang lebih menarik agar bisa mengkaji lebih dalam, dan memperbanyak referensi penelitian bagi Progam Studi Ilmu Politik.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Aliah, Yoce. *Analisis Wacana Kritis Dalam Multiperspektif*. I. Bandung: Refika Aditama, 2014.
- Badara, Aris. *Analisis Wacana: Teori, Metode, Dan Penerapannya Pada Wacana Media*. Prenada Media, 2014.
- Barisione, Mauro, and Asimina Michailidou. *Social Media and European Politics : Rethinking Power and Legitimacy in the Digital Era*, n.d.
- Dijk, Van. *Discourse As Structure and Process*. Sage Publications Sage UK: London, England, 1997.
- Dr. Juariyah, M.Si. *Opini Publik Dan Propaganda*, 2019.
- Eriyanto. *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKIS Group, 2017.
- Haryatmoko. *Critical Discourse Analysis*. Rajawali Pers, 2019.
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfa Beta.

JURNAL

- Agustina, Tria. "Analisis Wacana Gerakan Sosial Dalam Menentukan Opini Publik Via Twitter (Studi Pada Hashtag# Bijakbersosmed Periode 1 Sampai 5 Oktober 2017)." Uin Raden Fatah Palembang, 2018.
- Arianto, Bambang. "Pemanfaatan Aplikasi Drone Emprit Academic Dalam Menganalisis Opini Publik Di Media Sosial." *Journal of Social Politics and Governance (JSPG)* 2, no. 2 (2020): 177–91.
- Arisandi. "Pengelolaan Wacana Kritis Para Elit Politik Terhadap Kinerja Pemerintahan Jokowi Dalam New Media Twitter," 2021, 113.
- Bakry, Gema Nusantara, and Ika Merdekawati Kusmayadi. "Peran Pers Sebagai Aktor Gerakan Digital Tagar# SolidaritasUntukNTT Di Twitter." *Jurnal Kajian Jurnalisme* 5, no. 1 (2021): 98–114.
- Cahyono, Anang Sugeng. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial

- Masyarakat Di Indonesia.” *Publiciana* 9, no. 1 (2016): 140–57.
- Cahyono, Muchamad Rudi, and Ucik Ana Fardila. “Fungsi Komunikasi Dan Motivasi Pengguna Tanda Tagar (#) Di Media Sosial Indonesia.” *Islamic Communication Journal* 6, no. 2 (2021): 191–210.
- Davison, W Phillips. “The Third-Person Effect in Communication.” *Public Opinion Quarterly* 47, no. 1 (1983): 1–15.
- Faulina, Ade, Emeraldy Chatra, and Sarmiati Sarmiati. “Peran Buzzer Dan Konstruksi Pesan Viral Dalam Proses Pembentukan Opini Publik Di New Media.” *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 7, no. 1 (2020): 1. <https://doi.org/10.29210/30031390000>.
- Fitriana, Riri Amanda. “Analisis Wacana Kritis Berita Online Kasus Penipuan Travel Umrah (Model Teun A. Van Dijk).” *BASINDO: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Indonesia, Dan Pembelajarannya* 3, no. 1 (2019): 44–54.
- Guth, David W. “Black, White, and Shades of Gray: The Sixty-Year Debate over Propaganda versus Public Diplomacy.” *Journal of Promotion Management* 14, no. 3–4 (2008): 309–25. <https://doi.org/10.1080/10496490802624083>.
- Hardiyanto, Lutfi, Ayu Fahira Lestari, Dina Rizqi Fadilah, Eka Wulandari, Iyan Haryanto, and Radhitio Ridho Akbar. “Isu Presiden 3 Periode Dalam Kajian Konstitusi.” *Jurnal Citizenship Virtues* 2, no. 2 (2022): 311–19.
- Ikhwan, Muhamamad. “Analisis Pemberitaan Joko Widodo Di Televisi (Analisis Wacana Kritis Di Program Reportase Sore Trans TV).” *Jurnal Perspektif Komunikasi* 3, no. 1 (2019): 8–22. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/perspektif/article/view/4710>.
- Ismail, Subur. “Analisis Wacana Kritis: Alternatif Menganalisis Wacana.” *Jurnal Bahas Unimed*, no. 69TH (2008): 74626.
- Khatami, Muhammad Iqbal. “Discourse Network Analysis (DNA): Aktivisme Digital Dalam Perdebatan Isu „Presiden Tiga Periode“ Di Twitter.” *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 1 (2022): 80–94.
- Liedfray, Tongkotow, Fonny J Waani, and Jouke J Lasut. “Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara.” *Jurnal Ilmiah Society* 2, no. 1 (2022).
- Mahmudah, Siti Muslichatul, and Muthia Rahayu. “Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan.” *Jurnal Komunikasi Nusantara* 2, no. 1 (2020): 1–9.

- Maulana, R. "Analisis Wacana Pemberitaan Pemerintahan Joko Widodo Dalam Tabloid Suara Islam," 2015. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/27456%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/27456/1/REZA MAULANA-FDIKOM.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/27456%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/27456/1/REZA%0AMAULANA-FDIKOM.pdf).
- Maulana, Wahyu, and Mulyadi Mulyadi. "Ujaran Kebencian Terhadap Jokowi Pada Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus Twitter." *Jurnal Lisnguistik Komputasional* 4, no. 1 (2021): 27–33. <https://doi.org/10.26418/jlk.v4i1.42>.
- Murthy, Dhiraj. "Towards a Sociological Understanding of Social Media: Theorizing Twitter." *Sociology* 46, no. 6 (2012): 1059–73.
- Permatasari, Nofi, and Danang Trijayanto. "Motif Eksistensi Melalui Penggunaan Hashtag (# OOTD) Di Media Sosial Instagram." *Promedia* 3, no. 2 (2017): 252–73.
- Pratiwi, Maulidia. "Independensi Media Online Tentang Demo 11 April 2022: Penolakan Penundaan Pemilu 2024 Dan Masa Jabat Presiden Tiga Periode Pada Media Online Kompas. Com Edisi 11 April 2022 (Studi Analisis Wacana Kritis Model Teun A. Van Dijk)." Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2022.
- Price, Vincent. "Public Opinion Research in the New Century: Reflections of a Former POQ Editor." *Public Opinion Quarterly* 75, no. 5 (2011): 846–53.
- Rahman, Andi. "Adu Tagar #MahasiswaBergerak VS #SayaBersamaJokowi." Drone Emprit, 2022. <https://pers.droneemprit.id/adu-tagar-mahasiswabergerak-vs-sayabersamajokowi/>.
- Rizky, Fitri Adinda. "Fenomena New Social Movement Melalui Media Sosial (Analisis Wacana Kritis Konten Gugatan Isu Gender Dalam Tagar # Sahkanruupks Di Instagram)." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 3 (2021): 284–96.
- Rochiyat, Adang, and Arief Wibowo. "Analisis Aktor Berpengaruh Dan Aktor Popular Dengan Metode Degree Centrality Dan Follower Rank Pada Tagar Twitter „#gejayanmemanggil.“" *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)* 6, no. 2 (2019): 130–38. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v6i2.187>.
- Rogers, Richard. "Debanalizing Twitter," 2013, 356–65. <https://doi.org/10.1145/2464464.2464511>.

- Susilowati, Leni Susilowati, and Filosa Gita Sukmono. "Digital Movement of Opinion Terhadap Hastag# KesehatanMental Di Twitter Selama Pandemi Covid 19." *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi* 13, no. 2 (2021): 124–46.
- Suzity, Meilan. "Propaganda Politik Di Media Sosial Twitter (Wacana Kekuasaan Masa Jabatan Presiden 3 Periode)." Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2021.
- Zubiaga, Arkaitz, Damiano Spina, Raquel Martínez, and Víctor Fresno. "Real-Time Classification of Twitter Trends." *Journal of the Association for Information Science and Technology* 66, no. 3 (March 1, 2015): 462–73. <https://doi.org/10.1002/asi.23186>.

WEBSITE

- BPMI Setpres. "Presiden Jokowi: Sikap Saya Tak Berubah, Tidak Ada Niat Jadi Presiden Tiga Periode." Presiden Republik Indonesia, 2023. <https://www.presidentri.go.id/siaran-pers/president-jokowi-sikap-saya-tak-berubah-tidak-ada-niat-jadi-president-tiga-periode/>.
- Rahman, Andi. "Adu Tagar #MahasiswaBergerak VS #SayaBersamaJokowi." Drone Emprit, 2022. <https://pers.droneemprit.id/adu-tagar-mahasiswabergerak-vs-sayabersamajokowi/>.
- Muhammad Fachri Ramadhani. "Langsung Bisa Tonton Live Streaming Demo Mahasiwa 11 April 2022 Di Jakarta, BEM SI Kepung DPR RI." 11 April, 2022. <https://kaltim.tribunnews.com/amp/2022/04/11/langsung-bisa-tonton-live-streaming-demo-mahasiwa-11-april-2022-di-jakarta-bem-si-kepung-dpr-ri?page=all>.