

**MEDIA SOSIAL DAN HIPERREALITAS HARY TANOESOEDIBJO  
SEBAGAI POLITIKUS RELIGIUS ISLAM  
(Studi Deskriptif Pencitraan Hary Tanoesoedibjo di *Fanpage Facebook*  
Perindo)**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

**Disusun Oleh :**

**Frenda Yentin Madiana**

**NIM 13730105**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2017**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Kepada :

Yth. Dekan Fakultas Ilmu  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga  
Di Yogyakarta

Nama : Frenda Yentin Madiana  
NIM : 13730105  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : *Public Relation*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 23 Februari 2017

Yang menyatakan,



Frenda Yentin Madiana  
NIM. 13730105



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

**NOTA DINAS PEMBIMBING**  
**FM-UINSK-PBM-05-02/RO**

Hal : Skripsi

Kepada :

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga  
Di Yogyakarta

Assalamualaikum, Wr. Wb

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Frenda Yentin Madiana

NIM : 13730105

Prodi : ILMU KOMUNIKASI

Judul :

**MEDIA SOSIAL DAN HIPERREALITAS HARY TANOESOEDIBJO  
SEBAGAI POLITIKUS RELIGIUS ISLAM  
(Studi Deskriptif Pencitraan Hary Tanoesoedibjo di Fanpage Facebook  
Perindo)**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 23 Februari 2017  
Pembimbing

Dr. Iswandi Syahputra, S.Ag., M.Si.  
NIP. 19730423 200501 1 006



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

Nomor : B-47/Un.02/DSH/PP.00.9/03/2017

Tugas Akhir dengan judul : **MEDIA SOSIAL DAN HIPERREALITAS HARY TANOESOEDIBJO  
SEBAGAI POLITIKUS RELIGIUS ISLAM (Studi Deskriptif Pencitraan Hary  
Tanoesoedibjo di Fanpage facebook Perindo)**

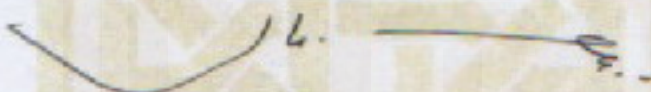
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : **FRENDA YENTIN MADIANA**  
Nomor Induk Mahasiswa : **13730105**  
Telah diujikan pada : **Senin, 27 Februari 2017**  
Nilai ujian Tugas Akhir : **A-**

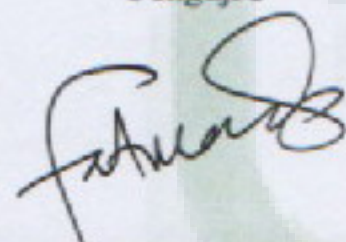
dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

**TIM UJIAN TUGAS AKHIR**

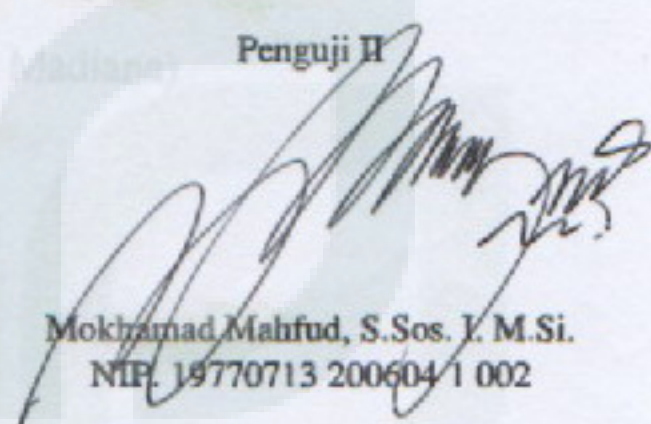
Ketua Sidang

  
Dr. Iswandi Syahputra, S.Ag., M.Si.  
NIP. 19730423 200501 1 006

Penguji I

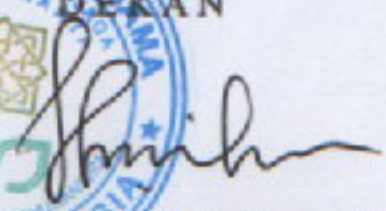
  
Fatma Dian Pratiwi, S.Sos M. Si.  
NIP. 19750307 200604 2 001

Penguji II

  
Mokhammad Mahfud, S.Sos. I. M.Si.  
NIP. 19770713 200604 1 002


Yogyakarta, 27 Februari 2017

UIN Sunan Kalijaga  
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
DEKAN

  
Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.  
NIP. 19680416 199503 1 004



## **MOTTO**



Jalani dengan Keikhlasan

(Frenda Yentin Madiana)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Skripsi Ini Penulis Persembahkan Untuk:*

*Almamater Tercinta*

*Prodi Ilmu Komunikasi*

*Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora*

*Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,*

*Dan Kedua Orang Tua Tercinta*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur tak henti penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis hingga diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa shalawat serta salam tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing dan menuntun umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang ini.

Selama menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Mochammad Sodik, S.Sos selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora,
2. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi,
3. Ibu Fatma Dian Pratiwi, S.Sos, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik,
4. Bapak Dr. Iswandi Syahputra, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang selalu meluangkan waktunya dengan sepenuh hati dan selalu mau serta ikhlas jika diajak bertemu ketika konsultasi, sesibuk apapun.
5. Ibu Dosen Penguji 1 Fatma Dian Pratiwi, S.Sos, M.Si, dan Penguji 2 Bapak Mokhammad Mahfud, S.Sos.I, M.Si yang telah bersedia

meluangkan waktunya untuk menguji sidang munaqosah disela-sela kesibukannya yang sangat padat.

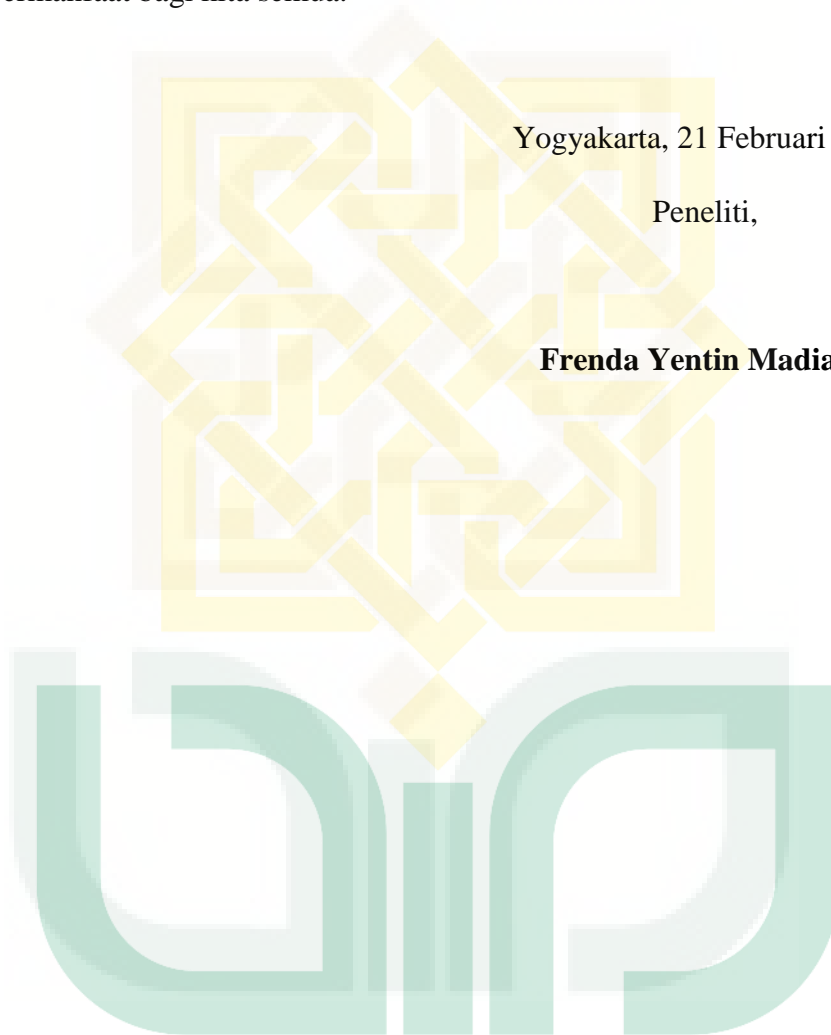
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan banyak bekal dan ilmu kepada penulis hingga saat ini. Semoga ilmu yang diberikan akan selalu bermanfaat di masa mendatang.
7. Wakil Sekretaris Jendral Partai Persatuan Indonesia (Perindo) Bapak Ahmad Sofyan, Penggagas Penggunaan Media Sosial di Perindo Bapak H.Tuggal, Kabid Humas Perindo Bapak Ashari, serta kader-kader Perindo yang telah membantu dan mendukung penelitian ini.
8. Ibunda tercinta Partini dan Alm. Ayahanda Sukismadi, dan adinda Bintara Randis Permadi, atas segala dukungan, nasihat, dan motivasi yang membantu skripsi ini hingga selesai, kasih sayang kalian yang tidak akan bisa terbalaskan.
9. Teman-teman Kos Pak Roto (Mega, Uhti, Ira, Dyah, Ida, Ulfa, Nurul, dll) yang telah memberikan keluarga baru bagi peneliti di Jogja.
10. Teman-teman Ilmu Komunikasi '13, khususnya Komcil (Nurul, Pika, Dewi, Atika, Anang, Ferdi, Galang, Eni) atas dukungan dan semangat untuk saling mengingatkan dalam mencapai kesuksesan.
11. Teman-teman media khususnya [www.koranopini.com](http://www.koranopini.com) (Mas Ranang Aji Sp, Pak Novri Susan, Mas Ardli , Mas Andi, Ardli) sebagai tempat berkeluh kesah, semua bantuan, dan pembuka cakrawala peneliti.
12. Dan semua pihak yang telah meluangkan waktunya sehingga dapat membantu terselesaikannya skripsi ini.

Sekali lagi peneliti mengucapkan banyak terima kasih. Semoga amal mereka mendapat balasan yang jauh lebih besar dari Allah SWT. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran akan peneliti perhatikan demi kebaikan kedepannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, 21 Februari 2017

Peneliti,

**Frenda Yentin Madiana**



## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan dan Manfaat .....	9
D. Telaah Pustaka .....	10
E. Landasan Teori	
1. <i>New Media Theory</i> .....	14
2. Media Sosial .....	18
3. Pencitraan .....	22
4. Teori Simulasi dan Hiperrealitas Jean Baudrillard .....	25

5. <i>Fanpage Facebook</i> .....	27
6. Politikus Religius .....	30
F. Kerangka Berpikir .....	35
G. Metode Penelitian	
1. Jenis Penelitian .....	37
2. Pendekatan Paradigma Kritis .....	37
3. Subjek dan Objek Penelitian .....	38
3. Waktu dan Tempat Penelitian .....	34
4. Teknik Pengumpulan Data .....	39
5. Teknik Analisis Data .....	40
6. Keabsahan Data .....	41
<b>BAB II : GAMBARAN UMUM</b>	
A. Partai Persatuan Indonesia (Perindo) .....	44
B. Struktur Organisasi Partai Perindo .....	45
C. Visi dan Misi Perindo .....	48
D. Ikon Partai Perindo .....	49
E. Profil Hary Tanoesoedibjo .....	49
F. <i>Fanpage Facebook</i> Perindo .....	51
E. Profil Informan .....	54
<b>BAB III : ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	
A. Hary Tanoesoedibjo Sebagai Politikus yang Dicitrakan Religius Islam Di <i>Fanpage Facebook</i> Partai Perindo .....	55
1. Penggunaan Simbol Religius .....	60

2. Aktivitas Keagamaan .....	66
------------------------------	----

B. Hiperrealitas Hary Tanoesodibjo Sebagai Politikus yang Dicitrakan

Religius Islam Di <i>Fanpage Facebook</i> Partai Perindo.....	76
---	----

1. Hary Tanoesoedibjo sebagai Politikus Religius Islam.....	79
---	----

2. Kekeliruan Penggunaan Simbol dan Aktivitas Keagamaan Pada Hary Tanoesoedibjo .....	83
--	----

3. Absennya Simbol dan Aktivitas Agama Kristen.....	89
---	----

4. Hary Tanoesoedibjo adalah Politikus Religius Islam .....	91
---	----

**BAB IV : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	95
---------------------	----

B. Rekomendasi dan Saran .....	97
--------------------------------	----

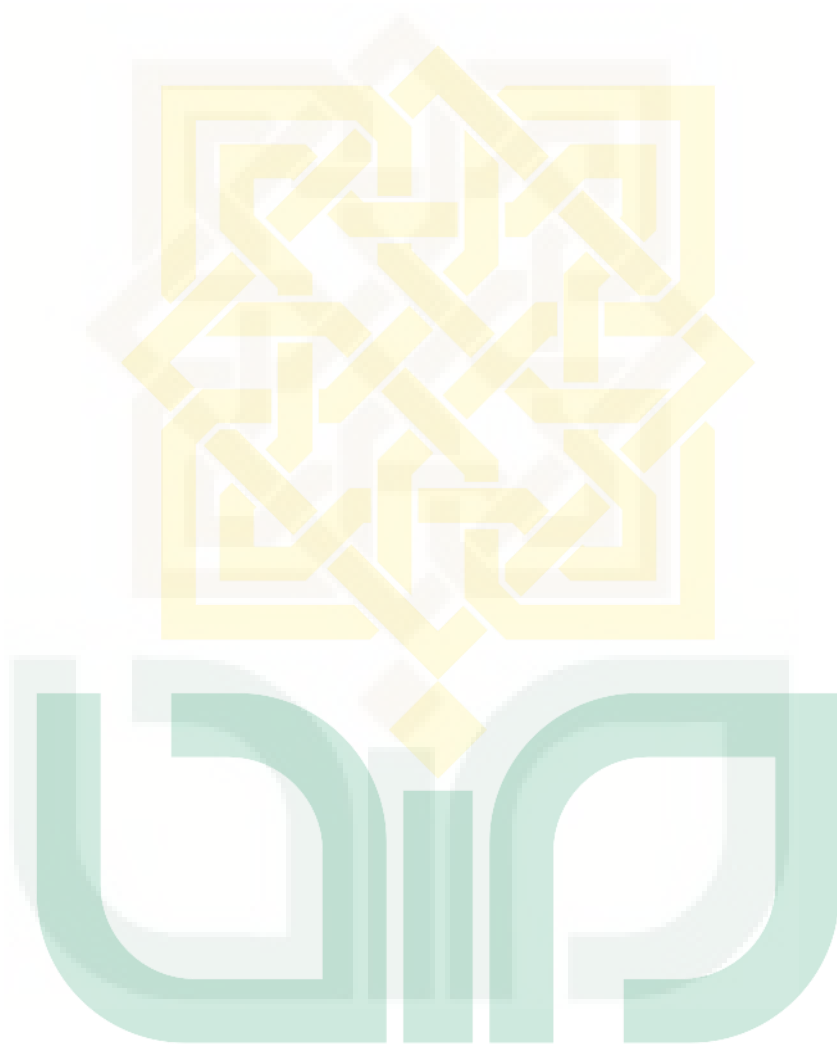
C. Penutup.....	98
-----------------	----

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1 :Kerangka Berpikir.....	35
---------------------------------	----

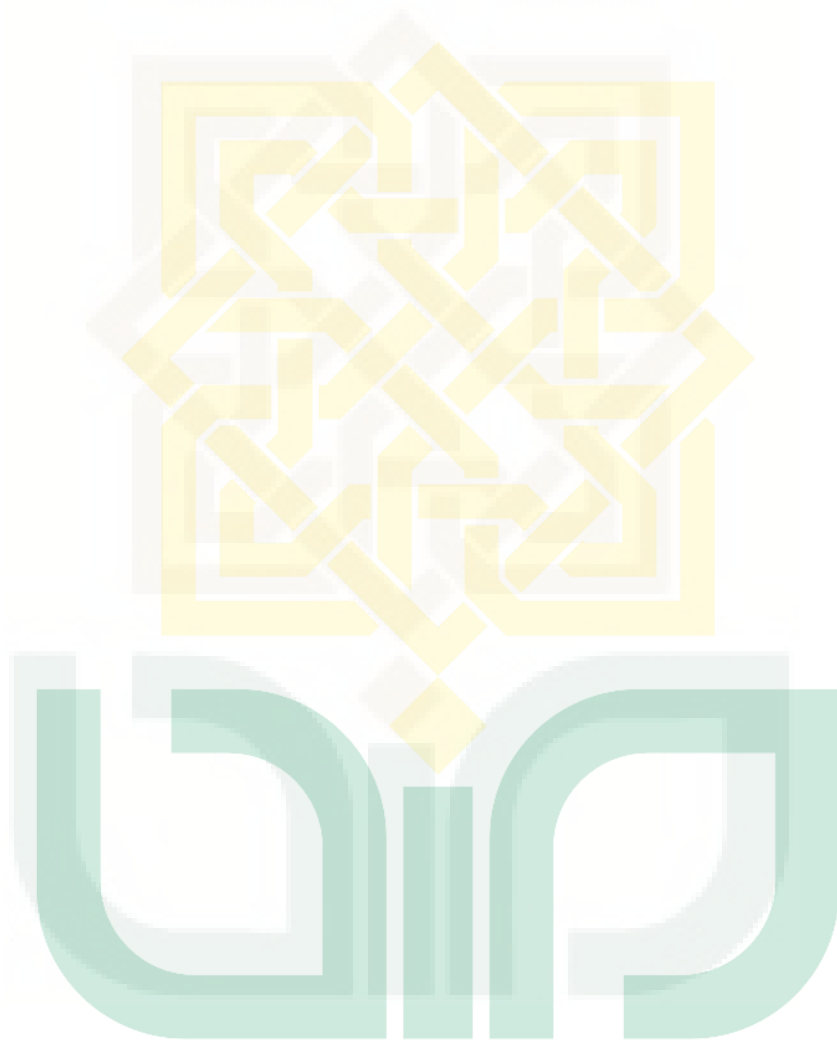


## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1: <i>Fanpage Facebook Perindo</i> .....	52
Gambar 3. 1: Hary Tanoesoedibjo Mengenakan Peci.....	61
Gambar 3. 2: Hary Tanoesoedibjo Mengenakan Sorban Di Pundaknya .....	63
Gambar 3. 3: Hary Tanoesoedibjo Mengenakan Sorban Di Pundaknya .....	64
Gambar 3. 4: Penyambutan Hary Tanoesoedibjo dengan Rebana dalam Pelantikan dan Peresmian DPRt Pemasang .....	65
Gambar 3. 5: Kunjungan Hary Tanoesoedibjo Ke Pondok Pesantren Al-Hidayat Magetan Jawa Timur.....	68
Gambar 3. 6: Kunjungan Hary Tanoesoedibjo Ke Pondok Pesantren Darul Ulum, Sumenep Madura .....	68
Gambar 3. 7: Pidato Hary Tanoesoedibjo di Depan Para Santri Darul Ulum.....	70
Gambar 3. 8: Pemberian Materi pada Santri Al-Hidayat.....	70
Gambar 3. 9: Pemberian Materi pada Santri Al-Hidayat.....	71
Gambar 3. 10: Pidato Hary Tanoesoedibjo Bersama Ulama Makka Aswaja .....	72
Gambar 3. 11 : Gerakan Zikir untuk Kemakmuran bangsa .....	73
Gambar 3. 12: Dialog Bersama Tokoh dan Ulama Se-Jawa Barat.....	74
Gambar 3. 13: Antusias Ulama dalam Acara Dialog Bersama Tokoh dan Ulama Se-Jabar.....	74
Gambar 3. 14: Kerjasama dengan Organisasi Masyarakat Islam Makka Aswaja .....	75
Gambar 3. 15: Kerjasama dengan Organisasi Masyarakat Islam Makka Aswaja .....	76

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: *Interview Guide* .....



## ABSTRACT

This study aims to reveal the phenomenon of hyperreality Hary Tanoesoedibjo as a politician that Islamic religious imaged. The theory used is the theory of simulation and hyperreality of Baudrillard. This study found that hyperreality Hary Tanoesoedibjo as a politician that Islamic religious imaged on facebook fanpage formed through four levels of simulation. Hary Tanoesoedibjo first as Islamic religious politician uploaded on facebook fanpage, based on a representation of the use of religious symbols and religious activities in the real world. Second, the use of religious symbols in error and religious activities in Hary Tanoesoedibjo. Third, the absence of an symbols and Christian religious activities on facebook fanpage Perindo Party. Lastly, Hary Tanoesoedibjo is a religious politician. Simulations conducted has become a reality of its own. Blurring occurs between pseudo-reality with the original reality, between the Christian and Islamic religious politicians.

**Keywords:** Hyperreality, Hary Tanoesoedibjo, Islamic Religious Politician, Simulation, Fanpage Facebook

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Politik menjadi kajian yang menarik untuk selalu dibicarakan, baik dari segi perkembangan positif maupun negatifnya, apalagi setelah tumbang era orde baru digantikan era reformasi. Penataan partai politik yang hanya menjadi tiga partai dengan asas tunggal Pancasila, kebijakan “*floating mass*”, campur tangan negara melalui konsep “pembina politik” telah melahirkan sistem hegemonik dalam era orde baru. Hingga pada akhirnya, hanya Golkar yang menjadi *single majority* dalam pemilu yang dilaksanakan lima tahun sekali, akibat dari perpanjangan tangan politik ABRI dan birokrasi. Sehingga, kemunculan era reformasi sebagai penumbang dari era orde baru telah memberikan banyak dampak positif bagi perkembangan perpolitikan yang ada di Indonesia, terutama dalam meningkatkan partisipasi partai politik di kancah perpolitikan.

Indonesia yang menganut sistem multi partai dalam sistem kepartaiannya pada era reformasi memberikan kebebasan seluas-luasnya kepada masyarakat untuk mendirikan partai politik (parpol). Parpol menjadi “*embarkasi*” atau kendaraan untuk menjadi calon anggota DPR dan DPRD, calon anggota presiden dan wakil presiden, bahkan juga untuk calon pasangan kepala daerah dan wakil kepala daerah dalam Pemilihan Daerah (Fadjar,2013:10). Kebebasan ini akhirnya menjadi salah satu penyebab munculnya berbagai partai baru di Indonesia saat ini, termasuk Partai Persatuan Indonesia (Perindo).

Perindo lahir pada tahun 2015 tepatnya tanggal 07 Februari 2015. Usianya masih tergolong muda jika dibandingkan dengan partai politik lain, seperti Gerindra dan Nasdem. Sehingga, dukungan dan simpati masyarakat masih sangat dibutuhkan agar mampu melewati tahap verifikasi Komisi Pemilihan Umum untuk dapat maju dalam Pemilu. Undang-undang di Indonesia sendiri memberikan syarat untuk pendirian dan keikutsertaan partai politik dalam Pemilu yang berdasar pada jumlah warga Indonesia. UU No 2 Tahun 2011 menyatakan bahwa Partai Politik didirikan dan dibentuk oleh paling sedikit 30 (tiga puluh) warga negara Indonesia yang telah berusia 21 (dua puluh satu) tahun atau sudah menikah dari setiap provinsi dan didaftarkan oleh paling sedikit 50 (lima puluh) orang pendiri yang mewakili seluruh pendiri partai politik dengan akta notaris yang memuat anggaran dasar, anggaran rumah tangga dan kepengurusan pusat partai politik, pendiri dan pengurus partai politik yang meyertakan 30% (tiga puluh perseratus) keterwakilan perempuan. Kepengurusan pada setiap provinsi juga menjadi syarat agar suatu partai politik dapat maju dalam Pemilihan Umum, yaitu paling sedikit 75% (tujuh puluh lima perseratus) dari jumlah kabupaten/kota pada provinsi yang bersangkutan dan paling sedikit 50% (lima puluh perseratus) dari jumlah kecamatan pada kabupaten/kota yang bersangkutan yang dibuktikan dengan daftar kepengurusan partai politik.

Syarat ini tentunya menjadi syarat yang berat bagi partai politik baru. Partai Perindo harus bekerja keras dalam mendapatkan dukungan masyarakat. Apalagi dengan Ketua Umum Partai Perindo, Hary Tanoesoedibjo yang

merupakan warga keturunan Tionghoa dan beragama Kristen. Di mana sebagian besar masyarakat Indonesia masih sensitif dengan calon-calon pemimpin dan partai politik yang dipimpin oleh kaum minoritas khususnya masyarakat Tionghoa, serta bukan berasal dari agama Islam. Masih sering ditemukan perlawanan dan penolakan terhadap pemimpin dari warga Tionghoa dan pemimpin yang berasal dari bukan agama Islam di Indonesia. Sehingga, ini menjadi tantangan lain untuk Partai Perindo dalam mendapatkan dukungan dari masyarakat yang dapat membukakan jalannya sebagai peserta pemilu.

Berbagai cara dilakukan Partai Perindo untuk mendapatkan dukungan masyarakat. Ini merupakan hal yang wajar, mengingat politik menghalalkan segala cara untuk mendapatkan kekuasaan. Machiavelli menjadi pencetus utama dari halalnya segala cara dalam politik. Kaidah etika politik alternatif bagi Machiavelli adalah tujuan berpolitik, yaitu memperkuat dan memperluas kekuasaan sehingga segala usaha untuk mensukseskan tujuan tersebut dibenarkan (Machiavelli, 1991: 37). Pikiran Machiavelli tersebut hingga saat ini masih digunakan dan dipegang erat oleh para politikus dan partai politik untuk mendapatkan kekuasaan.

Sementara itu, konsep tersebut bertolak belakang dengan konsep politik Islam. Politik Islam tidak menghendaki adanya segala cara untuk mendapatkan kekuasaan. Politik bukan bertujuan untuk mendapatkan kekuasaan, tapi lebih diartikan untuk menjaga agama dan mengatur dunia. *Siyasah* merupakan istilah politik dalam bahasa Arab, diartikan sebagai usaha dan ikhtiar untuk mencapai atau menyelesaikan suatu masalah (Jurnal MD 1, 2008:109). Sedangkan

menurut para ulama (Qardhawi, 1995:34) politik memiliki dua makna, yaitu makna umum dan makna khusus. Makna umum melihat bahwa politik menangani urusan manusia dan masalah kehidupan dunia berdasarkan syariat agama. Karena itu dikenal istilah Khilafat yang berarti perwakilan Rasulullah untuk menjaga agama dan mengatur dunia. Sementara itu, makna khusus melihat bahwa politik merupakan pendapat yang dinyatakan pemimpin, hukum dan ketetapan-ketetapan yang dikeluarkannya, untuk menjaga kerusakan yang akan terjadi, membasmi kerusakan yang sudah terjadi atau untuk memecahkan masalah khusus.

Namun, konsep politik dalam Islam jarang digunakan. Partai politik dan politikus di Indonesia kebanyakan terpengaruh oleh pikiran barat, salah satunya Machiavelli. Politik digunakan sebagai jalan untuk mendapat kekuasaan. Sehingga partai politik yang ada di Indonesia berlomba-lomba untuk memenangkan pemilu dan mendapatkan kursi kekuasaan di negara, salah satunya Partai Perindo. Untuk mendapatkan kekuasaan dengan memenangkan Pemilu, salah satu cara yang dilakukan Partai Perindo yaitu dengan pencitraan. Pencitraan sendiri merupakan proses pembentukan citra oleh sebuah organisasi atau instansi sehingga mendapatkan kesan dan penilaian baik dari masyarakat. Sedangkan, citra sendiri menurut Bill Canton yaitu "*impression, the feeling, the conception which the public has company, a conciossly created impression of an object, person organization*" (Shaleh, 2010: 85). Citra sengaja diciptakan oleh perusahaan atau organisasi yang nantinya akan berpengaruh pada penilaian publik kepada perusahaan atau organisasi tersebut. Pembentukan dan

pembangunan citra baik sangatlah penting bagi partai politik, terutama partai politik baru karena mereka berhubungan langsung dengan masyarakat dalam kegiatannya. Suatu penilaian yang baik dari masyarakat tentunya akan berpengaruh pada dukungan dan empati masyarakat. Sementara itu, citra dalam benak masyarakat sendiri dapat merefleksikan hal yang tak wujud atau imajinasi yang mungkin tidak sama dengan realitas sesungguhnya (Shimp, 2003:354).

Pencitraan yang dilakukan Partai Perindo salah satunya yaitu dengan mencitrakan Hary Tanoesoedibjo sebagai politikus religius Islam di *fanpage facebook* Partai Perindo. Hal ini cukup beresalan karena mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim. Berdasarkan data kependudukan terakhir BPS tahun 2010, disebutkan bahwa 87,8% dari masyarakat Indonesia adalah muslim (Data BPS, 2010). Wajar jika Partai Perindo ingin mendapatkan dukungan dan simpati masyarakat muslim dengan mencitrakan Hary Tanoesoedibjo sebagai politikus religius Islam.

Namun, perlu digaris bawahi bahwa pencitraan merupakan bagian dari *riya'*. Terdapat keinginan untuk dilihat dan dinilai oleh orang lain dalam setiap kegiatan pencitraan. Penilaian orang lain menjadi ukuran berhasil tidaknya sebuah pencitraan. Sehingga, dalam prakteknya banyak kepalsuan yang ditampilkan dalam sebuah pencitraan demi untuk mendapat kesan positif dari manusia lain. Dalam QS. An-Nisaa'(4:142) Allah berfirman:

إِنَّ الْمُنَافِقِينَ يُخَادِعُونَ اللَّهَ وَهُوَ خَادِعُهُمْ وَإِذَا قَامُوا إِلَى الصَّلَاةِ قَامُوا كُسَالٍ يُرَاءُونَ  
النَّاسَ وَلَا يَذْكُرُونَ اللَّهَ إِلَّا قَلِيلًا

*“Artinya : Sesungguhnya orang-orang munafik itu menipu Allah, dan Allah akan membalas tipuan mereka. Dan apabila mereka berdiri untuk shalat mereka berdiri dengan malas. Mereka bermaksud riya (dengan shalat) di hadapan manusia. Dan tidaklah mereka menyebut Allah kecuali sedikit sekali.”*

Tapi pencitraan telah menjadi hal yang biasa dalam dunia politik. Pencitraan digunakan sebagai alat untuk mendapatkan kekuasaan dan memenangkan Pemilu. Partai Perindo sebagai partai baru di Indonesia menggunakan media sosial *fanpage facebook* sebagai salah satu media pencitraannya. Sementara itu, *fanpage facebook* menjadi salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan *global overview We are social* dan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada Januari 2016, di Indonesia sendiri terdapat 79 juta pengguna *facebook* dari 88,1 juta pengguna internet yang ada (Kemp, 2016: 220,225). Ini memperlihatkan bahwa internet dan media sosial masih menjadi dunia virtual yang diminati masyarakat.

Sementara itu, media sosial telah banyak digunakan sebagai media kampanye pencitraan partai politik dan kandidatnya. Hasilnya pun terbukti dapat mempengaruhi hasil perolehan suara partai politik dan kandidatnya. Barack Obama di Amerika Serikat pada tahun 2008 atau calon presiden Prabowo Subianto dan Joko Widodo dalam pemilihan presiden RI 2014 menunjukkan bagaimana penggunaan media sosial menjadi sangat aktif dalam menjangkau pemilih (Nasrullah, 2016:110).

Barack Obama, Presiden Amerika Serikat dengan partainya Demokrat merupakan salah satu contoh kandidat dan partai politik yang sukses

menggunakan media sosial sebagai media kampanyenya. Obama yang merupakan senator berkulit hitam keturunan Afrika-Amerika cukup mengejutkan publik atas kemenangannya dalam pemilu 2008. Obama awalnya kurang dikenal publik, namun tiba-tiba menjadi terkenal dan populer sebagai calon presiden yang berasal dari Partai Demokrat. Ia berhasil mengalahkan John McCain dari Partai Republik yang merupakan warga keturunan Amerika dan berkulit putih.

Obama memanfaatkan media sosial baik *facebook*, *twitter*, dan *youtube* sebagai media kampanyenya. Media sosial digunakan untuk pengumpulan donasi dan pengumpulan dukungan pemilih pemula. Sementara itu, dalam *The Social Media Pulpit (Barack Obama social media Toolkit, 2009:2)* menyebutkan melalui media sosial (*youtube*, *twitter*, dan *facebook*) Obama berhasil meraup suara di 200 pemilihan dan meraih 8,5 juta suara. Jumlah suara yang diperoleh Obama membuktikan bahwa ia sukses menggunakan media sosial sebagai media kampanye dalam pencitraan dirinya.

Kemenangan Obama beserta partainya, kemudian dijadikan contoh bagi partai politik dan politisi yang ada di Indonesia dalam melakukan kampanye serta pencitraan untuk mendapatkan dukungan masyarakat, termasuk Partai Perindo dan Hary Tanoesoedibjo. Partai Perindo menggunakan *fanpage facebook* sebagai media publikasi ke masyarakat, dimana publikasi tersebut dilakukan secara gencar dan terus menerus. Hingga Partai Perindo mendapat apresiasi sebagai partai teraktif di media sosial dari sebuah lembaga penelitian, *Institute for Transformation Studies (Intrans)* (<http://nasional.kompas.com>).

Penelitian yang dilakukan dari 1 Februari hingga 14 Maret 2016 menunjukkan bahwa Perindo memiliki aktivitas media sosial tertinggi yaitu 2.590 kali dan disukai oleh 43.677 orang pengguna *facebook* ([www.facebook.com](http://www.facebook.com), 23 Desember 2016:18.19 WIB). Jumlah orang yang suka di *fanpage facebook* (dapat diartikan sama dengan jumlah pengikut) yang mencapai puluhan ribuan tersebut mengisyaratkan bahwa Partai Perindo cukup menarik perhatian masyarakat di media sosial. Sementara itu, H.Tunggal, Pengagas Pengguna Media Sosial di Partai Perindo mengatakan bahwa jumlah pengikut di *fanpage facebook* Partai Perindo adalah jumlah yang real, tidak ada *buzzer* atau promo di dalamnya.

Jumlah pengikut yang mencapai puluhan ribu dapat digunakan Partai Perindo sebagai alat untuk memudahkan pencitraannya, termasuk mencitrakan Hary Tanoesoedibjo sebagai politikus religius Islam. Perangkat di media sosial memungkinkan siapa pun untuk menjadi siapa saja, bahkan menjadi pengguna yang berbeda sekali dengan realitasnya, seperti pertukaran identitas, jenis kelamin, hubungan perkawinan, sampai pada foto profil (Bell, 2001 dalam Nasrullah, 2016:28). Keleluasaan menjadi siapa saja ini merupakan salah satu karakteristik media sosial untuk melakukan simulasi.

Simulasi-simulasi yang dilakukan terus menerus, dalam bentuk unggahan konten yang diproduksi sedemikian rupa untuk menggambarkan sisi religius Islam Hary Tanoesoedibjo dan dengan jumlah yang banyak, akan membentuk realitas baru di masyarakat. Kondisi ini dikarenakan imaji yang disajikan media secara terus menerus (Nasrullah, 2016:28). Imaji yang terus disajikan

dalam bentuk citra, lama kelamaan menghapus realitas asli, menjadikan realitas asli kabur. Realitas asli Hary Tanoesoedibjo sebagai pengikut agama Kristen lama-kelamaan kabur di antara para pengikut *fanpage facebook* Partai Perindo digantikan realitas baru sebagai politikus religius Islam. Citra telah menjadi realitasnya sendiri, apa yang ditampilkan di layar media sosial dianggap sebagai realitas sebenarnya. Peristiwa seperti ini lah yang kemudian di sebut Baudrillard sebagai hiperrealitas.

Untuk itu dalam penelitian ini peneliti berusaha mengungkap bagaimana hiperrealitas Hary Tanoesoedibjo sebagai politikus yang dicitrakan religius Islam di *fanpage facebook* Partai Perindo. Peneliti tertarik bagaimana simulasi-simulasi citra yang dibentuk oleh Partai Perindo dan Hary Tanoesoedibjo di *fanpage facebook* Partai Perindo menjadi realitas asli.

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dibuat untuk memberikan batasan bagi penelitian. Sementara itu rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana hiperrealitas Hary Tanoesoedibjo sebagai politikus yang dicitrakan religius Islam di *fanpage facebook* Partai Perindo?

## **C. Tujuan dan Manfaat**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkap bagaimana hiperrealitas Hary Tanoesoedibjo sebagai politikus yang dicitrakan religius Islam di *fanpage facebook* Partai Perindo.

Sementara itu, manfaat dari penelitian ini sendiri yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan dalam hal penelitian mengenai *new media*, pencitraan, dan hiperrealitas.

## 2. Manfaat Praktis

Memberikan data-data konkret kepada masyarakat bahwa terdapat simulasi-simulasi yang dibentuk partai politik dan politisi di media sosial untuk menciptakan realitas baru di masyarakat, menggantikan realitas sebenarnya.

## D. Telaah Pustaka

Berdasarkan penelusuran peneliti, ditemukan berbagai penelitian yang memiliki perbedaan dan kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan rujukan oleh peneliti :

Jurnal Informasi Kajian Ilmu Komunikasi Volume 45. Nomor 2. Desember 2015, yang berjudul Hiperrealitas dalam *social media* (Studi Kasus: Makan cantik di Senopati pada masyarakat perkotaan) milik Herlinda Fitria, mahasiswa S1 Sosiologi, Universitas Indonesia. Penelitian yang dilakukan oleh Herlinda mengkaji mengenai fenomena makan di restoran yang telah menjadi sebuah gaya hidup baru bagi masyarakat perkotaan khususnya Jakarta yang disebut dengan makan cantik. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang hiperrealitas dalam sosial media. Namun, perbedaanya Herlinda meneliti kasus Makan Cantik sedangkan peneliti meneliti Hary Tanoesoedibjo yang dicitrakan sebagai politikus yang religius Islam di *fanpage facebook* Partai Perindo.

Hasil penelitian yang dilakukan Herlinda, menunjukkan bahwa makan cantik merupakan simulasi yang sengaja dibentuk untuk menampilkan *image* tertentu, karena hal tersebut dianggap dapat merepresentasikan masyarakat kelas atas. Padahal terdapat hal yang berlainan, antara unggahan konten di media sosial dengan kondisi nyata di balik makan cantik. Terjadi pengaburan kelas di mana tidak adanya kejelasan dari status kelas yang dimunculkan di media sosial. Media sosial tidak lagi menampilkan realitas yang sebenarnya, namun menampilkan hiperealitas. Namun, sayangnya penelitian yang dilakukan oleh Herlinda tidak memaparkan proses-proses terbentuknya hiperealitas secara jelas. Tidak ada bagian yang menjelaskan citra sebagai cerminan realitas, citra menutupi realitas, citra menghapus realitas, dan citra yang menjadi realitas. Hasil penelitian hanya dipaparkan dan kemudian membentuk hiperealitas.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Iswandi Syahputra, Irwan Abdullah, Heru Nugroho, dan Hermin Indah Wahyuni, Program Pasca Sarjana, Universitas Gadjah Mada Yogyakarta tentang Simulasi Mistik dan Impolisi Makna Religius dalam Sinetron Rahasia Ilahi pada Stasiun Televisi TPI juga memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu sama-sama menggunakan teori simulasi dan hiperrealitasn Jean Baudrillard untuk mengungkap fenomena yang terjadi. Namun, bedanya penelitian yang dilakukan oleh Iswandi Syahputra, Irwan Abdullah, Heru Nugroho, dan Hermin Indah Wahyuni mengungkap terjadinya Simulasi Mistik dan Impolisi Makna Religius dalam Sinetron Rahasia Ilahi pada Stasiun Televisi TPI,

sedangkan penelitian peneliti mengungkap bagaimana hiperrealitas Hary Tanoesoedibjo sebagai politikus yang dicitrakan religius di *fanpage facebook* Partai Perindo terjadi. Selain itu, peneliti juga tidak menggunakan *indepth interview* seperti apa yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, sebaliknya peneliti terfokus pada konten yang diunggah di *fanpage facebook*, dan wawancara digunakan sebagai data sekunder.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Iswandi Syahputra, Irwan Abdullah, Heru Nugroho, dan Hermin Indah Wahyuni, menunjukkan bahwa simulasi mistik dalam “Rahasia Illahi” dapat memberikan makna baru dan pendangkalan agama, karena berangkat dari kebenaran teks dan realitas sebagai konteks. Makna baru mencitrakan bahwa Tuhan kejam, iman dibangun oleh rasa takut dan tidak pada kebenaran pemikiran keagamaan. Dengan demikian simulasi menjadi dilema karena menyatunya dua makna.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Anang Masduki, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta, tentang Mitos dan Hiperrealitas Komunikasi Politik (Studi Iklan Pemilu Jusuf Kalla-Wiranto versi humble dan mampu) juga memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti. Penelitian yang dilakukan Anang Masduki dengan penelitian yang dilakukan peneliti sama-sama bertujuan untuk mengungkap hiperrealitas. Anang Masduki mengungkap mitos dan hiperrealitas yang ada dalam iklan dengan judul “humble” dan “mampu” milik pasangan Jusuf Kalla dan Wiranto dalam Pemilu 2009 di Indonesia, sedangkan peneliti mengungkap

hiperrealitas Hary Tanoesoedibjo sebagai politikus yang dicitrakan religius Islam di akun *fanpage facebook* Partai Perindo.

Selain, itu metode yang digunakan juga berbeda, metode yang digunakan peneliti adalah deskriptif kualitatif dengan paradigma kritis, sedangkan metode yang digunakan Anang Masduki adalah teori semiotika Roland Barthes dengan pendekatan makna konotasi dan makna denotasi. Hasil penelitian yang dilakukan Anang Masduki yaitu didapatkan bahwa frase negarawan dan merakyat menjadi fokus dari hiperrealitas yang dilakukan oleh Jusuf Kalla dan Wiranto dalam iklannya.



## E. Landasan Teori

### 1. *New Media Theory* (Teori *New Media*)

Internet memberikan perubahan besar bagi kehidupan masyarakat. Buku *The Second Media Age*, Mark Poster yang diluncurkan pada tahun 1990 menjadi tanda periode baru di mana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan khususnya dunia maya akan mengubah masyarakat (Littlejohn, 2012:413). Mark dalam *Encyclopedia of Communication Theory* (2009:685) mengatakan;

*“Internet would be the medium to provide an alternative to the severe technical constraints of the broadcast model, enabling a system of multiple producers, distributors, and consumers”*

Internet menyediakan hal yang berbeda dengan media konvensional yang menutupi ketidakleluasan media lain, kemudian merubah sosial budaya masyarakat. Era media pertama (media konvensional) digambarkan oleh (1) sentralisasi produksi (satu menjadi banyak); (2) komunikasi satu arah; (3) kendali situasi, untuk sebagian besar; (4) reproduksi stratifikasi sosial dan perbedaan melalui media; (5) *audiens* massa yang terpecah; dan (6) pembentukan kesadaran sosial. Kemudian mulai memasuki era media kedua (*new media*) yang digambarkan sebagai: (1) desentralisasi; (2) dua arah; (3) di luar kendali situasi; (4) demokratisasi; (5) mengangkat kesadaran individu; dan (6) orientasi individu (Holmes dalam Littlejohn, 2012:413).

Sementara itu, Pierre Levy (Levy dalam Littlejohn, 2012:413) menekankan tentang adanya dua pandangan dominan yang berkaitan tentang perbedaan dua era ini. Era pertama menekankan pada penyiaran, sedangkan era kedua menekankan pada jaringan. Perbedaan dalam penekanan ini kemudian melatarbelakangi munculnya dua pendekatan Pierre Levy dalam memandang media baru (*new media*), yaitu pendekatan interaksi sosial (*social interaction*) dan pendekatan integrasi sosial (*social integration*).

Pendekatan interaksi sosial (*social interaction*) ini membedakan media menurut seberapa dekat media dengan model interaksi tatap muka (Littlejohn, 2012:413). Media baru (*new media*) dianggap lebih interaktif dan menciptakan sebuah pemahaman baru yang berkaitan tentang komunikasi. Sementara itu, media lama (media konvensional) berfokus pada penyebaran informasi yang mengurangi peluang adanya interaksi.

Pierre Levy, pendukung utama dari pendekatan ini memandang bahwasanya *World Wide Web* merupakan sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia untuk mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat. Dunia maya dipandang sebagai tempat pertemuan semu

yang memperluas dunia sosial, menciptakan peluang pengetahuan baru, dan menyediakan tempat untuk berbagai pandangan secara luas.

Sementara itu, interaksi pribadi menjadi sebuah interaksi yang dihasilkan oleh media baru dan kemudian membedakannya dengan media-media sebelumnya. Walaupun memberikan interaksi pribadi yang sifatnya bebas, namun media baru juga mengandung kekuasaan dan batasan, kerugian dan juga keuntungan (Littlejohn, 2012:414).

Pendekatan kedua dalam memandang media baru adalah dengan integrasi sosial. Pendekatan ini menggambarkan media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat (Holmes dalam Littlejohn, 2012:414). Media dipandang bukan hanya sebagai instrumen informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, namun sebagai media yang menyatukan penggunanya dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberikan rasa saling memiliki diantara penggunanya.

Interaksi tatap muka bukan lagi sebagai standar utama dalam pembandingan media komunikasi. Interaksi yang sebenarnya mungkin atau tidak mungkin terjadi, karena penggunaan media dipandang sebagai ritual bersama. Ritual bersama inilah yang kemudian membuat pengguna media baru merasa sebagai bagian dari sesuatu yang lebih besar dari diri pengguna. Media diritualkan karena media menjadi

kebiasaan, sesuatu yang formal, dan sesuatu yang memiliki nilai yang lebih besar dari penggunaan media itu sendiri.

Di sisi lain media baru secara luas disambut sebagai cara yang potensial untuk lari dari politik *'top-down'* yang operatif dari komunikasi massa, di mana partai politik yang terorganisasi secara ketat membuat kebijakan secara sepihak dan memobilisasi dukungan di belakang mereka dengan perundingan dan masukan akar rumput yang minimal (McQuail, 2012:165). Media baru menjanjikan forum-forum baru bagi kelompok kepentingan dan pembentukan opini, menyediakan alat untuk penyediaan informasi dan gagasan yang berbeda dengan media sebelumnya, akses yang hampir tidak terbatas, serta banyaknya umpan balik dan perundingan antara pemimpin dan pengikut.

Interaksi-interaksi yang terjadi di media baru dianggap sebagai sebuah peluang untuk menjadikannya sebagai alat kampanye baru. McQuail dalam bukunya *Teori Komunikasi Massa* (2012:165) menjelaskan bahwa politik lama bahkan dapat bekerja lebih baik (dan lebih demokratis) dengan bantuan polling elektronik instan dan alat-alat kampanye baru. Sementara itu Bentivegna (dalam McQuail, 2012:166) merangkum keuntungan potensial dari internet bagi politik demokrasi Indonesia dalam enam atribut utama, yaitu :

- a. Ruang untuk interaktivitas sebagaimana juga arus satu arah.
- b. Kehadiran komunikasi vertikal dan horizontal, mempromosikan kesetaraan.

- c. Hilangnya perantara, berarti berkurangnya peran jurnalisme untuk melakukan mediasi pada hubungan antara warga negara dan politikus.
- d. Ongkos yang rendah bagi pengirim dan penerima.
- e. Kontak yang langsung bagi dua belah pihak.
- f. Hilangnya batasan terhadap kontak.

Croghan (McQuail, 2012:167) juga menunjukkan bahwa internet mempromosikan cara melihat dunia sebagai 'target', menawarkan akurasi dan efektivitas yang lebih baik, dibandingkan dengan media massa lama.

## 2. Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu bagian dari *new media*. Yanuar Nugroho dan Sofie Shinta Syarief (2012:70) mengatakan bahwa media sosial dan internet yang merupakan kemajuan inovasi Teknologi Informasi Komunikasi (TIK) mengubah wajah media secara fundamental, dari komunikasi satu arah (yang hanya menyampaikan berita dan informasi) menjadi interaksi dua arah (di mana pengguna dapat berinteraksi dengan penyedia informasi, atau antar pengguna). Media sosial menjadikan penggunaanya terlibat secara aktif dalam menciptakan dan menyebarkan informasi.

Keterlibatan secara aktif ini berpotensi sebagai sarana untuk interaksi sosial yang lebih luas dan partisipasi masyarakat dalam membentuk politik (Nugroho, 2012:1). Media sosial juga dapat

membuat informasi apapun menjadi populer sehingga dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pengaruh orang umum. Ini juga dikarenakan interaksi yang terdapat di dalamnya. Selain itu, menurut Yunarto Wijaya media sosial dipandang dapat menawarkan cara-cara kampanye baru yang berbeda dengan cara konvensional (Nugroho, 2012:81). Ini dikarenakan media sosial mampu menyediakan platform yang memungkinkan semua orang untuk berpartisipasi. Semua warga baik yang muda dan tua memiliki kesempatan yang sama dalam menyuarkan suara mereka.

Sementara itu, media sosial sendiri memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dengan media lain. Adapun karakteristik tersebut menurut Ruli Nasrullah dalam buku Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi (Nasrullah, 2016: 16), yaitu:

a. Jaringan (*network*)

Media sosial memiliki karakter jaringan yang membentuk struktur sosial dalam media sosial. Sebagaimana yang dikatakan oleh Castells (2002 dalam Nasrullah, 2016:16) bahwa struktur atau organisasi sosial yang terbentuk di internet berdasarkan jaringan informasi yang pada dasarnya beroperasi berdasarkan teknologi informasi dalam mikroelektronik. Jaringan yang terbentuk antar pengguna (*users*) merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam atau tablet.

Media sosial dapat membentuk jaringan antar penggunanya, baik pengguna yang saling mengenal maupun yang tidak saling mengenal di dunia maya. Kehadirannya memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi (Nasrullah, 2016:17). Di sisi lain, media sosial bukan hanya sekadar alat (*tools*), karena kehadirannya mampu memberikan kontribusi pada munculnya ikatan sosial, nilai, hingga struktur sosial dalam dunia virtual.

b. Informasi (*Information*)

Informasi menjadi hal penting dalam media sosial. Ini dikarenakan pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi (Nasrullah, 2016:19). Informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna media sosial, di mana komoditas tersebut merupakan komoditas yang diproduksi dan distribusikan oleh pengguna. Dari kegiatan konsumsi inilah terciptalah masyarakat berjejaring (*network society*).

c. Arsip (*Archive*)

Media sosial memungkinkan seseorang melakukan perasipan pada konten yang diunggahnya. Informasi yang tersimpan dalam media sosial dapat diakses kapan pun. Pengguna tidak lagi terhenti pada memproduksi dan mengonsumsi informasi, tetapi informasi itu juga telah menjadi bagian dari dokumen

yang tersimpan (Nasrullah, 2016:19). Pengarsipan ini layaknya gudang data yang dapat dimasuki oleh siapa pun dalam media sosial.

d. Interaksi (*Interactivity*)

Jaringan yang terbentuk dalam media sosial memungkinkan adanya interaksi antar pengguna media sosial. Interaksi dalam media sosial menjadi pembeda antara media lama dan media baru. Perangkat teknologi telah meremediasi ke dalam ruang dan waktu, tempat kerja dan rumah, sampai pada segala sisi kehidupan yang khalayak sendiri terkadang tidak bisa lagi secara sadar membedakan mana kehidupan nyata (*offline*) dan mana yang tidak (*online*) (Gane & Beer, 2008:89 dalam Nasrullah, 2016:27).

e. Simulasi Sosial (*Simulation of society*)

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual. Interaksi yang ada dalam media sosial memang menggambarkan bahkan mirip dengan realitas, akan tetapi interaksi yang terjadi adalah simulasi dan terkadang berbeda sama sekali. Identitas seseorang bisa dirubah-rubah dalam media sosial. Perangkat di media sosial memungkinkan siapa pun untuk menjadi siapa saja, bahkan bisa menjadi pengguna yang berbeda sekali dengan realitasnya, seperti pertukaran identitas, jenis kelamin, hubungan

perkawinan, sampai pada foto profil (Bell, 2001; Huthchison & Mitchell, 2009; Turkle, 2005; Wood&Smith, 2005 dalam Nasrullah, 2016:28). Kondisi seperti ini disebut Jean Baudrillard sebagai simulasi. Media tidak lagi menampilkan realits, tetapi sudah menjadi realitas sendiri, bahkan apa yang di media lebih nyata (real) dari realitas itu sendiri.

f. Konten oleh pengguna (*User generated content*)

Media sosial memiliki karakteristik konten oleh pengguna atau disebut dengan *User generated content* (UGC) yang menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi (Lister et al., 2003:221 dalam Nasrullah, 2016:31). Konten sendiri berupa teks yang ditulis, foto, video, suara, dan sebagainya yang disebar di medsos.

### 3. Pencitraan

Pencitraan merupakan salah satu kegiatan yang bertujuan untuk membentuk citra. Pelaku pencitraan berharap agar masyarakat kemudian bisa memiliki kesan sesuai dengan apa yang dicitrakan. Pencitraan jika diuraikan dari akar katanya berasal dari kata citra ditambah dengan awalan pe (n)- dan akhiran -an, terjadi perubahan kata benda menjadi kata kerja (Sugito,et.al, 2012:609). Sehingga, dapat

diartikan bahwa pencitraan merupakan kegiatan yang dilakukan untuk membentuk citra.

Sedangkan, citra sendiri menurut Bill Canton (Canton, seperti disitir Sukatendel, dalam Soemirat dan Ardianto, dalam Saleh, 2010:85) yaitu :*“Image is the impression, the feeling, the conception, which the public has of company, a consciously created impression of an object, person or organization”*. Citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan atau organisasi; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang, atau organisasi. Dapat diartikan bahwa citra merupakan kesan yang sengaja diciptakan untuk mempengaruhi gambaran publik mengenai sebuah organisasi.

Sedangkan Katz, memahami citra sebagai cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas (Saleh, 2010:85). Sementara itu Jalaludin Rahmat mengartikan citra sebagai gambaran subjektif mengenai realitas yang membantu seseorang beradaptasi dengan lingkungannya yang nyata. Dapat disimpulkan bahwa citra adalah segala bentuk pesan yang dikonstruksi oleh organisasi yang mempengaruhi pandangan publik terhadap organisasi.

Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima oleh seseorang (Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, 2011:114), sebagaimana yang dikatakan oleh John S Nimpoeno, bahwa proses pembentukan citra terbentuk melalui

pengalaman atau stimulus yang berasal dari luar diorganisasikan dan mempengaruhi respons (Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, 2010:115). Sementara itu, untuk membentuk sebuah citra organisasi sendiri, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pembentukannya. Adapun faktor-faktor tersebut yaitu (Saleh, 2010:86):

a. Identitas fisik, melalui beberapa bentuk :

- 1) Visual : nama, *by line*, *tag line*, logo, teks(akronim)/pilihan *font*, warna, sosok gedung, lori kantor.
- 2) Audio : misalnya *jingle*, yaitu pengenalan sebuah produk/perusahaan melalui lagu maupun instrument yang dapat mengingatkan pada karakteristik produk.
- 3) Media Komunikasi : *company profile*, brosur, *leaflet*, iklan, laporan tahunan, pemberitaan media, media *partner*.

b. Identitas nonfisik

Identitas nonfisik meliputi sejarah, filosofi, kepercayaan, nilai-nilai, budaya/kultur.

c. Manajemen Organisasi

Manajemen organisasi sebagai salah satu faktor pembentuk citra terdiri dari visi, misi, sistem, kebijakan, aturan, alur-prosedur, teknologi, SDM, strategi organisasi, *job design*, *reward system*, sistem pelayanan, *positioning* produk.

d. Kualitas Hasil

Kualitas hasil dapat dilihat dari segi mutu produk dan pelayanan

e. **Aktivitas dan Pola Hubungan**

Aktivitas dan pola hubungan terdiri dari hubungan organisasi dengan publik, respon tanggung jawab sosial dan mentalitas/perilaku individu SDM organisasi, kualitas komunikasi, pengalaman pelanggan (testimoni), jaringan komunikasi /bisnis /organisasi.

**4. Teori Simulasi dan Hiperrealitas Jean Baudrillard**

Jean Baudrillard menjelaskan tentang simulasi dalam bukunya *Simulacra and Simulation*. Ia menggunakan istilah simulasi untuk menjelaskan berbagai hubungan produksi, konsumsi, dan komunikasi dalam masyarakat konsumen yang hidup dalam serba “over produksi”, “over konsumsi”, “over komunikasi”, dan “over-over” lain melalui media massa, terutama televisi, *supermarket*, industri hiburan, dan fashion (Kushendrawati, 2011:89). Sementara itu, simulasi sendiri ia bagi menjadi 4 tahap yaitu (Poster dalam Syahputra, 2013: 78) :

- a. *It is the reflection of basic reality* (Citra adalah cermin dasar realitas). Citra merupakan representasi dari realitas. Sedangkan, representasi sendiri bergantung pada tanda dan citra yang ada dan dipahami secara budaya pada pertukaran bahasa dan berbagai sistem tanda atau tekstual. Representasi adalah bentuk konkrit yang diambil oleh konsep abstrak.
- b. *It masks and preverts a basic reality* (Citra menyembunyikan dan menyimpangkan realitas). Pada tahap ini memungkinkan

citra melakukan distorsi pada realitas. Realitas sesungguhnya sengaja disembunyikan dengan teknik-teknik yang diciptakan oleh industri televisi.

c. *It maks the absence of a basic reality* (Citra menutup ketidakadaan (menghapus) dasar realitas). Pada tahap ini pencitraan mulai secara perlahan menjauhi realitas. Realitas tidak muncul dalam pilihan-pilihan representasi dan disembunyikan atau ditutup-tutupi, tetapi benar-benar dihapus. Walaupun realitas ini dihapus namun seakan-akan dibuat mirip realitas.

d. *It bears no relation to any reality whatever, it is its own pure simulacrum* (Citra melahirkan tidak adanya hubungan pada berbagai realitas apapun, citra adalah kemurnian simulakrum itu sendiri). Pada tahap ini citra menjadi realitas itu sendiri. Pencitraan sudah tidak lagi berpikir sesuai atau tidak sesuai dengan realitas yang hendak dicitrakannya. Pencitraan terlepas dan berjalan membangun realitasnya sendiri.

Sedangkan, simulakra sendiri merupakan ruang di mana simulasi tersebut berlangsung. Simulakra penuh dengan berbagai duplikasi yang terduplikasi dengan realitas. Tidak dapat dibedakan mana yang asli dan palsu, mana produksi dan hasil produksi (Syahputra, 2013:79). Melalui rutinitas media yang selalu melakukan simulasi maka muncul realitas

yang mendeterminasi kesadaran sosial yang disebut dengan *hyper-reality* (Poster, 1988 dalam Syahputra, 2013:79).

##### 5. *Fanpage facebook*

Indonesia merupakan Negara yang memiliki pengguna *facebook* cukup besar, terdapat 79 juta pengguna *facebook* dari 88,1 juta pengguna internet per Januari 2016 (Kemp, 2016: 220;225). Sementara itu, 44 % penggunanya berusia 20-29 tahun. Jumlah yang cukup tinggi jika dibandingkan negara-negara Asia lainnya.

*Facebook* menyediakan beberapa *tools* dan *fitur* bagi penggunanya, seperti kolom untuk mengunggah status, video, foto, tautan, komentar, *like*, dan *emoticon* lainnya. Fitur-fitur ini mempermudah penggunanya untuk melakukan interaksi dengan pengguna lainnya. Namun, ia juga menyediakan sebuah *fanpage* yang dapat digunakan oleh sebuah organisasi, perusahaan, atau pun komunitas sebagai sebuah laman. *Fanpage* ini disebut dengan *fanpage facebook*. Sebuah tempat yang memang dikhususkan untuk institusi atau lembaga, merek, produk, gerakan, komunitas dan sebagainya (Kementrian Perdagangan RI, 2014:154).

*Fanpage facebook* ini sebenarnya merupakan salah satu sarana yang diberikan *facebook* kepada penggunanya untuk menyebarluaskan informasi dalam bentuk halaman. *Fanpage* ini berupa halaman khusus layaknya *blog* yang menyediakan informasi yang beragam sesuai dengan keinginan pemiliknya. *Fanpage facebook* memiliki kegunaan

yang hampir sama dengan *facebook*, seperti *update status*, foto, video, dokumen, dan lain sebagainya. Selain itu, ia memiliki kelebihan penyebaran yang lebih cepat dibandingkan *blog* ataupun *website*, karena merupakan bagian dari media sosial (*facebook*) yang dapat dengan mudah menyebar ke pengguna *facebook* lainnya. *Fanpage* juga memungkinkan antar pengguna *facebook* berbincang-bincang dalam bentuk komentar ataupun sebuah status. *Fanpage facebook* juga memberikan kemudahan bagi pengguna *facebook* lain yang ingin melakukan *personal message* dengan pemilik dari *fanpage* tersebut dengan adanya *tools* pesan.

Berbeda dengan akun pertemanan yang biasa kita gunakan dalam *facebook*, *fanpage* tidak mengenal yang namanya teman. Orang yang ingin berinteraksi dengan halaman diajak mengikuti halaman tersebut dengan konsep “mengikuti” dan “pengikut” (Kementerian Perdagangan RI, 2014:182). Jika jumlah teman dalam akun pertemanan *facebook* dibatasi 5000 teman, maka akun dalam halaman (*fanpage*) ini tidak dibatasi, serta pengikut baru tidak harus mendapatkan persetujuan sebagaimana teman yang harus dikonfirmasi ketika ingin berteman.

Disisi lain, *Fanpage facebook* memiliki ciri-ciri yang sama dengan *facebook*, yaitu (Madcoms, 2010: 20-60) :

- a. Dapat melakukan *update status* lebih dari 140 karakter sesuai dengan kebutuhan.

- b. Dapat langsung memberi komentar atau apresiasi dari *update status* orang-orang yang menjadi teman atau pengikutnya
- c. Memiliki fasilitas *chatting* yang memungkinkan pemilik akun *facebook* untuk melakukan *chat* secara langsung dengan orang-orang yang sudah berteman di *facebook*.
- d. Dapat berbagi foto dengan cara *tagging*.
- e. Dapat membuat album foto yang berisikan nama album, lokasi tempat pengambilan foto, dan penjelasan foto.
- f. Dapat membuat album video yang berdurasi maksimal dua menit berukuran kurang dari 100 MB.

Sementara itu *tools* yang diberikan dalam *fanpage facebook* sendiri yaitu ([www.facebook.com](http://www.facebook.com)):

- a. *Update status*

*Update status* merupakan salah satu fitur yang ada di *fanpage facebook*, dapat digunakan untuk memberitahukan apa yang sedang dilakukan pengguna *fanpage facebook* pada pengguna *facebook* lain yang menjadi pengikut dari akun *fanpage facebook*. *Update status* dapat berupa teks yang ditulis, disertai ikon *feelings*, music, tempat keberadaan pengguna, serta tayangan yang dilihat pengguna.

- b. *Komentar*

*Komentar* merupakan salah satu fitur yang ditawarkan *fanpage facebook*. Di mana penggunaanya dapat saling berinteraksi dengan

memberikan komentar pada status, foto, serta video yang diunggah oleh pengguna lainnya.

c. *Like*

*Like* merupakan salah satu fitur *fanpage facebook* yang berarti menyukai. Seorang pengguna *facebook* dapat menyukai *update* status, unggahan foto, unggahan video, serta tautan dari pengguna *facebook* lain maupun *fanpage facebook*.

d. *Upload Foto*

Salah satu fitur dari *fanpage facebook* yang berguna untuk mengunggah foto untuk dibagikan pada pengguna *facebook* lain.

e. *Upload Video*

Salah satu fitur dari *fanpage facebook* yang berguna untuk mengunggah video untuk dibagikan pada pengguna *facebook* lain.

f. *Tautan/link*

Tautan merupakan salah satu fitur yang ditawarkan oleh *fanpage facebook*, dapat menghubungkan *facebook* dengan website lain melalui alamat html yang tertera dalam status, foto, maupun video yang di *upload*.

## 6. **Politikus Religius**

Politikus religius berasal dari dua kata yaitu politikus dan religius. Politikus berarti aktor politik atau seseorang yang ikut serta dalam perpolitikan. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan politikus sebagai ahli politik, ahli kenegaraan, serta orang yang

berkecimpung dalam politik. Sedangkan kata religius dalam KBBI diartikan bersifat religi, bersifat keagamaan. Sehingga politikus religius dapat diartikan sebagai seseorang yang berkecimpung dalam politik dan memiliki sifat keagamaan.

Namun, religius tidak sesederhana itu, tidak hanya menyangkut agama yang dianut seseorang, tetapi mencakup seluruh hubungan *hablum minannas* (hubungan manusia) dan *hablum minallah* (hubungan dengan Tuhan). Ananto (2003) dalam Hakekat Releguisitas (<https://sumsel.kemenag.go.id>) menerangkan bahwa religius seseorang terwujud dalam berbagai bentuk dan dimensi, yaitu :

- a. Seseorang boleh jadi menempuh religiusitas dalam bentuk penerimaan ajaran-ajaran yang bersangkutan tanpa merasa perlu bergabung dengan kelompok atau organisasi penganut agama tersebut. Boleh jadi individu bergabung dan menjadi anggota suatu kelompok keagamaan, tetapi sesungguhnya dirinya tidak menghayati ajaran agama tersebut.
- b. Pada aspek tujuan, religiusitas yang dimiliki seseorang baik berupa pengamatan ajaran-ajaran maupun penggabungan diri ke dalam kelompok keagamaan adalah semata-mata karena kegunaan atau manfaat intrinsik religiusitas tersebut. Boleh jadi bukan karena kegunaan atau manfaat intrinsik itu, melainkan kegunaan manfaat yang justru tujuannya lebih bersifat ekstrinsik, yang akhirnya dapat ditarik kesimpulan ada empat

dimensi religius, yaitu aspek intrinsik dan aspek ekstrinsik, serta sosial intrinsik dan sosial ekstrinsik.

Sedangkan menurut kementerian dan lingkungan hidup RI 1987 (Caroline,1999) dalam (<https://sumsel.kemenag.go.id>) terdapat lima aspek religiusitas, yaitu :

- a. Aspek iman menyangkut keyakinan dan hubungan manusia dengan Tuhan, malaikat, para nabi dan sebagainya.
- b. Aspek Islam menyangkut frekuensi, intensitas pelaksanaan ibadah yang telah ditetapkan, misalnya sholat, puasa dan zakat.
- c. Aspek ihsan menyangkut pengalaman dan perasaan tentang kehadiran Tuhan, takut melanggar larangan dan lain-lain.
- d. Aspek ilmu yang menyangkut pengetahuan seseorang tentang ajaran-ajaran agama.
- e. Aspek amal menyangkut tingkah laku dalam kehidupan bermasyarakat, misalnya menolong orang lain, membela orang lemah, bekerja dan sebagainya.

Selain itu, Glock & Stark (Robertson, 1988 dalam Ancok, 1994:77) melihat religiusitas dari dimensi keyakinan (ideologis), dimensi peribadatan (ritualistik), dimensi penghayatan (eksperiensial), dimensi pengamalan (konsekuensial) dan dimensi pengetahuan agama.

Dimensi keyakinan berisikan harapan-harapan dimana seseorang yang religius, berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran-kebenaran doktrin agamanya. Jika dalam hal ini

yang dimaksudkan agama Islam maka seseorang berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran-kebenaran doktrin agama Islam. Di dalam keberislaman, isi dimensi keimanan menyangkut keyakinan tentang Allah, para malaikat, Nabi/Rasul, kitab-kitab Allah, surga dan neraka, serta qadha dan qadar (Ancok, 1994:80).

Sedangkan dimensi peribadatan berisikan perilaku ritual keagamaan, ketaatan dari seseorang yang religius dimana menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya. Dalam keberislaman dimensi ini menyangkut pelaksanaan shalat, puasa, zakat, haji, membaca Al-Quran, doa, dzikir, ibadah kurban, iktikaf di masjid di bulan puasa, dan sebagainya (Ancok, 1994:80).

Selanjutnya dimensi penghayatan berisikan pengalaman-pengalaman, persepsi yang dialami seseorang dalam beragama. Dalam keberislaman, dimensi ini meliputi perilaku suka menolong, bekerja sama, berderma, menjejahterakan dan menumbuhkembangkan orang lain, menegakkan keadilan dan kebenaran, berlaku jujur, memaafkan, menjaga lingkungan hidup, menjaga amanat, tidak mencuri, tidak korupsi, tidak menipu, tidak berjudi, tidak meminum minuman yang memabukkan, mematuhi norma-norma Islam dalam perilaku seksual, berjuang untuk hidup sukses menurut ukuran Islam, dan sebagainya (Ancok, 1994:81).

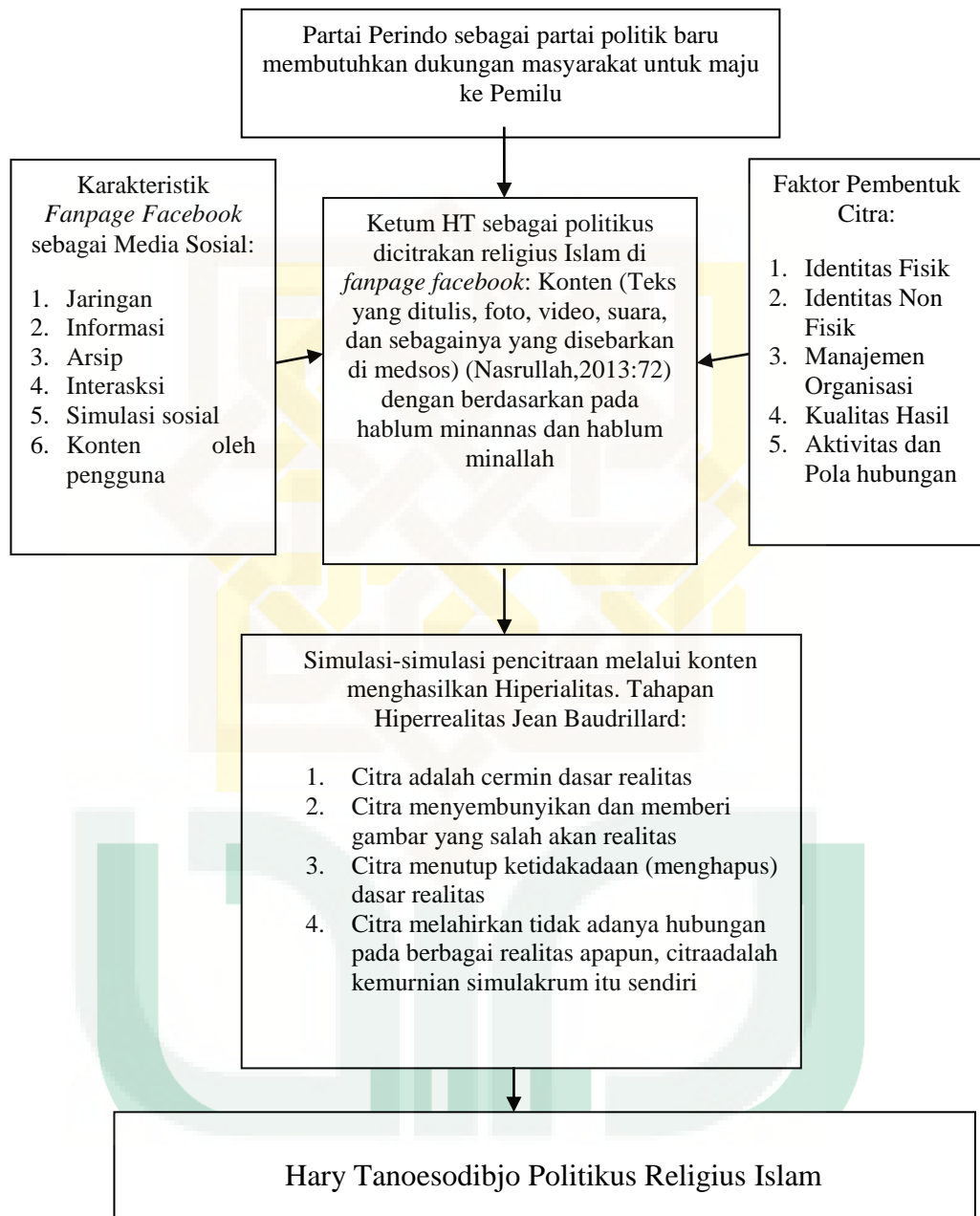
Sementara itu, dimensi pengetahuan agama mengacu pada orang-orang religius yang minimal memiliki pengetahuan mengenai dasar-

dasar keyakinan, kitab suci dan tradisi, dan dimensi pengalaman adalah akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktek, pengalaman dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari. Dalam keberislaman, dimensi ini menyangkut pengetahuan tentang isi Al-Qur'an, pokok-pokok ajaran yang harus diimani dan dilaksanakan (rukun Islam dan rukun iman), hukum-hukum Islam, sejarah Islam, dan sebagainya (Ancok, 1994:81).

Sementara itu, dalam konsep religius Emha Ainun Nadjib, religius memiliki arti yang sangat luas dan lembut dibanding yang disangkan orang selama ini, religius bukan sekedar ditandai sebuah puisi atau mengucapkan salam pada orang lain karena itu merupakan hanya tanda eksoteris, bisa saja orang yang merokok lalu dia menemukan Tuhannya itu religius namanya (Ainun Nadjib, 2006:18). Sehingga politikus religius dapat diartikan sebagai seorang yang berkecimpung dalam politik serta melaksanakan *hablum minallah* dan *hablum minannas* dalam kehidupan politiknya.

## F. Kerangka Berpikir

**Bagan 1**



Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut dapat dijelaskan bahwa peneliti ingin mengungkap bagaimana hiperrealitas Hary Tanoesodibjo sebagai

politikus yang dicitrakan religius Islam di *fanage facebook* Partai Perindo. Dimulai dengan mengkaji penggunaan *fanpage facebook* Perindo dalam menyajikan konten (teks yang ditulis, foto, video, suara, dan sebagainya yang disebar di medsos) (Nasrullah, 2013:72) untuk melakukan simulasi-simulasi pencitraan yang memperlihatkan sisi religiusitas baik *hablum minallah* dan *hablum minannas*, dipengaruhi oleh faktor-faktor pembentuk citra dan karakteristik *fanpage facebook* sebagai media sosial. Faktor-faktor pembentuk citra sendiri meliputi identitas fisik, identitas non fisik, manajemen organisasi, kualitas hasil, serta aktivitas dan pola hubungan. Sedangkan, karakteristik *fanpage facebook* sebagai media sosial yang meliputi jaringan, informasi, arsip, interaksi, simulasi sosial, serta konten oleh pengguna.

Setelah itu pengkajian diteruskan dengan mengkaji penggunaan *fanpage facebook* Partai Perindo sebagai media yang mencitrakan Hary Tanoesodibjo sebagai religius Islam dengan teori Simulasi dan Hiperrealitas Jean Baudrillard, meliputi cermin dasar realitas, citra menyembunyikan dan memberi gambar yang salah akan realitas, citra menutup ketidakadaan (menghapus) dasar realitas, citra melahirkan tidak adanya hubungan pada berbagai realitas apapun, citra adalah kemurnian simulakrum itu sendiri. Sehingga, pada akhirnya tahap-tahapan tersebut menjadikan Hary Tanoesoedibjo politikus religius Islam, bukan lagi representasi dari realitas sebenarnya tapi sudah menjadi realitas itu sendiri.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya (Kryantono, 2009:62). Sedangkan deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu (Kryantono, 2009:62).

### **2. Pendekatan Paradigma Kritis**

Penelitian ini menggunakan pendekatan paradigma kritis untuk mengungkap hiperrealitas Hary Tanoesoedibjo sebagai politikus yang dicitrakan religius Islam di *fanpage facebook* Partai Perindo. Sementara itu, paradigma kritis sendiri merupakan sebuah pendekatan yang secara kritis berusaha mengungkap “*the real structure*” dibalik ilusi, *false needs*, yang dinampakkan dunia materi, dengan tujuan membantu membentuk kesadaran sosial agar memperbaiki dan merubah kondisi kehidupan manusia (Syahputra, 2013:71). Di mana di dalamnya menekankan pentingnya peran peneliti dalam menginterpretasikan objek penelitiannya, terdapat dialektika antara peniti dan penelitiannya. Jadi, dengan demikian tidak dapat dihindarkan adanya unsur subjektivitas dalam penelitian.

Di sisi lain penelitian dalam tradisi teori kritis tidak selalu bertujuan untuk memperoleh *external validity*, melainkan lebih bertujuan untuk memperoleh pemahaman mengenai suatu realitas dalam konteksnya yang spesifik (Syahputra, 2013:71). Oleh karenanya penelitian yang dilakukan bersifat *multi level analysis*.

### 3. Subjek dan Objek Penelitian

#### a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber utama peneliti, yaitu memiliki data-data mengenai variabel yang akan diteliti (Sugiyono, 2009:224). Sumber data dalam penelitian ini adalah akun *fanpage facebook* Partai Perindo, Penggagas Pengguna Media Sosial di Partai Perindo, Wakil Sekretaris Jendral Partai Perindo, Humas Partai Perindo serta pihak Perindo yang berwenang memberi informasi tentang penggunaan *fanpage facebook* Perindo.

#### b. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah suatu hal yang ingin diketahui oleh peneliti dari subjek penelitian. Objek penelitian dari penelitian ini adalah bagaimana Hiperrealitas Hary Tanoesoedibjo sebagai politikus yang dicitrakan religius Islam di *fanpage facebook* Partai Perindo.

### 4. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan 1 November 2016 hingga 17 Februari 2017 pada akun *fanpage facebook* Partai Perindo. Kemudian

juga dilakukan penelitian pada penggagas penggunaan media sosial di Partai Perindo, Humas Partai Perindo, Wakil Sekretaris Jendral Perindo untuk data pendukung.

## 5. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dari subjek penelitian yaitu dari akun *fanpage facebook* Partai Perindo, sedangkan data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dari wawancara dengan penggagas penggunaan media sosial di Partai Perindo, Humas Partai Perindo, Wakil Sekretaris Jendral Perindo. Data-data ini dikumpulkan melalui observasi maupun dokumentasi pada setiap subjek penelitian serta wawancara yang mendalam.

Observasi sendiri yaitu kegiatan mengamati secara langsung tanpa mediator sesuatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut (Kryanto, 2009:108). Observasi yang akan dilakukan oleh peneliti adalah observasi non partisipan yang menempatkan peneliti sebagai pengamat dalam proses penggunaan *fanpage facebook* Perindo yang digunakan untuk mencitrakan Hary Tanoesoedibjo sebagai politikus religius Islam. Selain itu dokumentasi juga digunakan dalam teknik pengumpulan data dalam penelitian ini untuk menelusuri data dan histori, yang memiliki sifat data yang tidak terbatas ruang dan waktu.

Sedangkan, wawancara dilakukan secara langsung antara peneliti dan informan. Peneliti menjadi instrumen dalam hal ini.

## 6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang akan digunakan oleh peneliti adalah teknik analisis interaktif Miles dan Huberman yang menawarkan suatu teknik yang disebut interaktif mode. Teknik analisis ini pada dasarnya terdiri dari tiga komponen, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan serta pengujian kesimpulan (Pawito, 2007:104).

- a. Reduksi Data (*data reduction*), terdiri dari tiga tahap, yaitu :
  - 1) Tahap pertama yaitu editing, pengelompokkan dan peringkasan data.
  - 2) Tahap kedua yaitu penyusunan catatan-catatan tentang berbagai hal yang berkaitan dengan tema-tema dan pola data.
  - 3) Tahap ketiga yaitu konseptualisasi tema-tema dan pola-pola.
- b. Penyajian data (*data display*), yaitu pengorganisasian data dengan menyalin atau mengaitkan kelompok data yang satu dengan kelompok data yang lain, sehingga seluruh data dapat dianalisis dalam sebuah kesatuan.
- c. Pemeriksaan atau pengujian kesimpulan (*drawing and verifying*), yaitu pengimplementasian prinsip induktif dengan

mempertimbangkan pola-pola data yang ada atau kecenderungan dari data display yang telah disusun.

## **7. Keabsahan Data**

Keabsahan merupakan hal yang paling penting dalam penelitian, di mana ia berfungsi dalam tahap pemeriksaan data serta penentu valid tidaknya suatu hasil penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi, yang merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, kemudian pengecekan sebagai pembanding terhadap data tersebut (Moloeng, 2006:330-331).

Triangulasi sendiri dapat dibedakan menjadi empat, yaitu triangulasi sumber, metode, penyidik, dan teori (Moloeng, 2006:330). Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (Patton, dalam Moloeng, 2006:330). Sedangkan triangulasi metode dibedakan menjadi dua yaitu pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian dengan beberapa teknik pengumpulan data dan pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

Kemudian triangulasi penyidik, dalam hal ini peneliti memanfaatkan peneliti atau pengamat lain untuk pengecekan kembali hasil derajat kepercayaan data. Pemanfaatan peneliti lain ini dapat membantu mengurangi ketidaksesuaian dan kemelencengan data

penelitian. Sementara itu, triangulasi teori di mana sebuah fenomena tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya hanya dengan menggunakan satu teori.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teori. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari satu informan ke informan yang lainnya, dari hasil wawancara satu informan dengan informan lainnya. Menurut Moloeng (2006) dalam Bungin (2007:265), triangulasi sumber data memberi kesempatan untuk melakukan hal sebagai berikut : (1) penilaian hasil penelitian dilakukan oleh responden, (2) mengoreksi kekeliruan oleh sumber data, (3) menyediakan tambahan informasi secara sukarela, (4) memasukkan informan dalam kancah penelitian, menciptakan kesempatan untuk mengikhtisarkan sebagai langkah awal analisis data, dan (5) menilai kecukupan menyeluruh data yang dikumpulkan.

Sehingga untuk mencapai keabsahan data, peneliti melakukan beberapa langkah sebagai berikut :

- a. Membandingkan hasil pengamatan dengan hasil wawancara,
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi,
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu,

- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan,
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan (Moeloeng, 2010:178).

Dalam triangulasi sumber penelitian ini melibatkan pakar yang konsen mengkaji fenomena hiperrelaitas. Adapun pakar-pakar tersebut yaitu :

- a. Novri Susan, S.Sos, MA, dosen Sosiologi komunikasi Universitas Airlangga Surabaya.
- b. Ardhie Raditra, S.Sos, MA, dosen Pendidikan Kritis di Sosiologi Universitas Negeri Surabaya.

Sedangkan, triangulasi teori dilakukan dengan mengecek data yang ada dari sebuah fenomena dengan menggunakan beberapa prespektif lain. Ini dilakukan untuk mendapatkan keabsahan data dari fenomena yang ada. Prespektif budaya Islam dalam penelitian ini digunakan untuk menafsir seperangkat data yang diperoleh dalam penelitian.

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Hiperrelaitas Hary Tanoesedibjo sebagai politikus yang dicitrakan religius Islam di *fanpage facebook* Partai Perindo terjadi melalui empat level simulasi. Pertama yaitu Hary Tanoesoedibjo sebagai politikus religius.

Hary Tanoesoedibjo sebagai politikus yang religius Islam digambarkan melalui konten-konten yang diunggah di *fanpage facebook* Partai Perindo. Sedangkan konten yang diunggah di *fanpage facebook* Partai Perindo merupakan representasi dari penggunaan simbol religius Islam dan aktifitas keagamaan yang dilakukan Hary Tanoesoedibjo di realitas sebenarnya (dunia nyata). Penggunaan simbol religius Islam meliputi penggunaan peci, sorban, dan rebana. Sedangkan aktifitas keagamaan, meliputi kunjungan ke pondok pesantren, gerakan zikir untuk kemakmuran bangsa, pemberian materi pada santri, dialog bersama tokoh dan ulama se-Jawa Barat, dan kerjasama dengan organisasi masyarakat Islam, Makka Aswaja yang mencerminkan sifat suka bersilaturahmi, bekerja sama, melakukan ibadah zikir, musyawarah, serta berbagi ilmu. Pada level ini, citra merupakan cerminan dasar realitas.

Kedua, terdapat kekeliruan penggunaan simbol religius dan aktifitas keagamaan Islam pada Hary Tanoesoedibjo. Kekeliruan penggunaan simbol dan aktifitas ini terjadi karena pada unggahan konten di *fanpage facebook* Partai Perindo simbol yang digunakan Hary Tanoesoedibjo adalah simbol religius dan aktifitas keagamaan Islam yang tidak biasanya digunakan Hary

Tanoesoedibjo sebagai seorang Kristiani. Pada level ini citra menyembunyikan dan menyimpangkan realitas sesungguhnya.

Ketiga adalah absennya simbol dan aktivitas keagamaan Kristen. Pada tahap ini, konten yang diunggah di *fanpage facebook* Partai Perindo tidak pernah tentang simbol dan aktivitas keagamaan yang dilakukan Hary Tanoesoedibjo sebagai Kristiani. Perayaan Natal, ibadah di gereja, perjamuan, penebusan dosa, hubungan dengan pendeta tidak pernah diunggah satu pun. Pada level ini citra menghapus realitas sesungguhnya.

Terakhir adalah Hary Tanoesoedibjo adalah politikus religius. simulasi-simulasi yang dilakukan dan diunggah di *fanpage facebook* Partai Perindo telah menjadi realitas sesungguhnya. Penggunaan simbol dan aktivitas keagamaan yang menunjukkan dirinya sebagai politikus religius adalah realitas yang benar-benar terjadi. *Fanpage facebook* memainkan perannya dalam menciptakan realitas baru dengan mengunggah konten Hary Tanoesoedibjo sebagai politikus yang dicitrakan religius Islam secara berulang, sebanyak 28 konten dalam 1 November-17 Februari 2017.

Namun, di sisi lain terdapat realitas bahwa Hary Tanoesoedibjo penganut agama Kristen. Terjadi kebingungan dan ketidakjelasan dalam melihat Hary Tanoesoedibjo sebagai politikus, apakah politikus religius Islam atau politikus Kristen. Realitas yang asli sudah runtuh dan digantikan simulasi yang mengkaburkan realitas sesungguhnya. *Fanpage facebook* Partai Perindo penuh sesak dengan mitos-mitos yang diciptakan dan tidak memiliki acuan hitorisnya.

## **B. Rekomendasi dan Saran**

Sebagai partai politik baru di Indonesia sebaiknya Partai Perindo dan Hary Tanoesoedibjo tidak membingungkan dan mendustai masyarakat dengan melakukan pencitraan sebagai politikus religius. Banyak masyarakat yang menelan mentah-mentah terhadap konten yang diberikan oleh Partai Perindo di *fanpage facebook*. Tampilah apa adanya sebagai sosok Kristiani yang penuh toleransi tanpa harus berkamufase sebagai seorang politikus religius dengan memanfaatkan instansi pendidikan Islam, ulama dan Kyai di dalamnya. Selain itu, Indonesia juga tidak hanya terdiri dari agama Islam, ada empat agama lain yang juga perlu dirangkul.

Untuk masyarakat pengguna *facebook* dan media sosial lainnya agar tidak melihat seseorang hanya dari apa yang ditampilkan di media sosial, terutama partai politik dan politisi. Jangan mudah percaya dengan dunia maya yang banyak mengobral simulasi dan kepalsuan. Kesadaran untuk selalu berpikir kritis terhadap apa yang ditampilkan media sosial perlu untuk dilakukan sehingga terhindar dari pemanipulasian informasi di media sosial yang dapat merugikan diri sendiri.

Sementara itu untuk peneliti lain, peneliti merekomendasikan penelitian lain terkait hiperrealitas pencitraan Partai Perindo dari segi pandang yang lain, karena masih banyak terdapat hiperrealitas yang ditampilkan di akun media sosialnya. Selain itu, hegemoni media yang dilakukan secara terus menerus di media sosial Partai Perindo juga dapat diteliti lebih jauh.

### **C. Penutup**

Puji syukur peneliti haturkan kehadiran Allah SWT atas segala pertolongan dan lindungan-Nya, shalawat serta salam tak luput peneliti sampaikan kepada junjungan Nabi Muhammad Saw yang memberikan jalan yang terang bagi peneliti, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Peneliti telah berusaha sebaik mungkin dalam melakukan penelitian ini. Namun, peneliti juga menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan.

Sehingga peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penelitian ini. Semoga penelitian sederhana ini dapat bermanfaat serta menginspirasi kita semua. Amiin yaa robbal 'alamin.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Qur'an dan Terjemahannya. Diterjemahkan oleh Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al Qur'an. Jakarta : Departemen Agama RI
- A, Heuken SJ. 1991. *Ensiklopedia Gereja*. Jakarta. Yayasan Cipta Loka Caraka
- Ancok, Jamaludin. 1994. *Psikologi Islami Solusi Islam Atas Problem Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Badan Pusat Statistik. 2010. *Laporan Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Agama yang Dianut*. Jakarta : Badan Pusat Statistik
- Fadjar, Abdul Mukhtie. 2013. *Partai Politik Dalam Perkembangan Ketatanegaraan Indonesia*. Malang: Setara Press
- Firmanzah. 2012. *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Khadziq, 2009. *Islam dan Budaya Lokal Belajar Memahami Realitas dalam Masyarakat*. Yogyakarta: Sukses Offset
- Kemp, Simon. 2016. *Digital In 2016*. Singapura: We Are Social
- Krempasky, Michael. 2009. *The Social Pulpit Barack Obama's Social Media Toolkit*. \_\_\_\_\_ .Edelman
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta :Kencana.
- Kushendrawati, Selu Margaretha. 2011. *Hiperrealitas dan Ruang Publik: Sebuah Analisis Cultural Studies*. Jakarta:2011
- Littlejohn, Stephen W dan Keren A. Foss. 2009. *Encyclopedia of Communication Theory*. London: SAGE Publications
- Littlejohn, Stephen W dan Keren A. Foss. 2012. *Teori Komunikasi; Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika
- Machiavelli, Nicolo. 1991. *Sang Penguasa, Surat Seorang Negarawan Kepada Pemimpin Republik*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Madcoms. 2010. *Facebook, Twitter, dan Plurk dalam Satu Genggaman*. Yogyakarta: ANDI
- McQuail, Denis. 2012. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika

- Moleong, Lexy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Rosdakarya.
- Nadjib, Ainun Emha. 2006. *Kerajaan Indonesia*. Yogyakarta : Progress
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Rosdakarya
- Nawawi, Ismail. 2008. *Risalah Pembersih Jiwa: Terapi Perilaku Lahir dan Batin Dalam Prespektif Tasawuf*. Surabaya: Karya Agung Surabaya
- Nugroho, Yanuar dan Sofie Shinta Syarief. 2012. *Melampaui Aktivisme click? Media Baru dan Proses Politik dalam Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Friedrich-Ebert-Stiftung Kantor Perwakilan Indonesia
- Partai Perindo. 2016. *AD/ART Perindo*. Jakarta: Partai Perindo
- Pawito, Ph.D. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Bantul: LKIS Yogyakarta.
- Putra, Dedi Kurnia Syah. 2015. *Komunikasi CSR Politik*. Jakarta: Kencana
- Qardhawi, Yusuf. 1995. *Teori Politik Islam, terj. Masrohi N*. Surabaya : Risalah Gusti
- Saleh, Akh Muwafik. 2010. *Public Service Communication*. Malang: UMM Press
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga
- Sholeh, Soemirat dan Elvinaro Ardianto. 2010. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sobur, Alex. 2013. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sugito, Toto dan Muh Sultan, Wisnu Widjarnako. *Menggagas Pencitraan Berbasis Kearifan Lokal*. Purwokerto: Universitas Jenderal Soedirman
- Sugiyono. 2009. *Metodelogi penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suhanda, Irwan. 2010. *Perjalanan Politik Gus Dur*. Jakarta: Kompas
- Syahputra, Iswandi. 2013. *Perspektif & Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Galuh Putra

Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta : Kementerian Perdagangan Republik Indonesia

Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2011. *Petunjuk Pelaksanaan Pendaftaran Penyesuaian Partai Politik Berbadan Hukum Dan Partai Politik Baru Menjadi Badan Hukum*. Jakarta

### **Jurnal Penelitian**

Fitria, Herlinda. (2015). *Hiperrealitas dalam social media (Studi Kasus: Makan cantik di Senopati pada masyarakat perkotaan)*. Jurnal Informasi Kajian Ilmu Komunikasi. 45 (2), 87-100

Masduki, Anang. (2015). *Mitos dan Hiperrealitas Komunikasi Politik (Studi Iklan Pemilu Jusuf Kalla-Wiranto versi humble dan mampu)*. Jurnal Informasi Kajian Ilmu Komunikasi. 45 (2). 125-140

Putra, Okrisal Eka. (2008). *Politik dan Kekuasaan dalam Islam (Pengantar Studi Politik dalam Aspek Manajemen Dakwah)*. Jurnal MD. 1 (1). 107-127

Rubingat (2012). *Kesenian Rebana (Musik dan Lagu Tradisional Islam)*. Jantra Jurnal Sejarah dan Budaya. 7 (2), 145-152

Syahputra, Iswandi, dkk. (2009). *Simulasi Mistik dan Impolisi Makna Religius dalam Sinetron Rahasia Illahi Pada Stasiun Televisi TPI*. Jurnal Ilmu Komunikasi. 7(3). 237-246. <http://download.portalgaruda.org>

### **Prosiding Penelitian**

Qashmal, Zaim dan Dedi Ahmadi. (2015). *Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Pembentukan Citra Diri*. Bandung: Ilmu Komunikasi, Bidang Kajian Public Relations, Universitas Islam Bandung

### **Wawancara**

Muhammad Sopiyan, Wakil Sekretaris Jendral Perindo, 23 Desember 2016

H. Tunggal, Penggagas Penggunaan Media Sosial di Partai Perindo, 20 Desember 2016

Ashari, Humas DPP Partai Perindo, 20 Desember 2016

### **Internet**

kkbi.web.id. Arti kata rebana, diakses 10 Februari 2017: 10.04 WIB

kkbi.web.id. Arti kata politikus, diakses 28 Februari 2017: 19.35 WIB

kkbi.web.id. Arti kata religius, diakses 28 Februari 2017: 19.39 WIB

[www.facebook.com](http://www.facebook.com), 23 Desember 2016:18.19 WIB

<https://web.facebook.com/PartaiPerindo>, 19 Februari 2017:17.01 WIB

<https://web.facebook.com/PartaiPerindo>, 17 Februari 2017

<https://web.facebook.com/PartaiPerindo>, 30 Januari 2017

<https://web.facebook.com/PartaiPerindo>, 6 Desember 2016

<https://web.facebook.com/PartaiPerindo>, 7 Desember 2016

<https://web.facebook.com/PartaiPerindo>, 8 Desember 2016

<https://web.facebook.com/PartaiPerindo>, 4 Desember 2016

### **Artikel Internet**

Intelijen. Hary Tanoesoedibjo, [www.intelijen.co.id/12936](http://www.intelijen.co.id/12936) diakses 8 Februari 2017

Nabilla Tashandra 2016. “Survei: Perindo, Partai Paling Aktif di Media Sosial” <http://Nasional.kompas.com>

Thantowi, Ahmad. “Hakekat Releguisitas” <https://sumsel.kemenag.go.id>

## LAMPIRAN

**List Pertanyaan Wawancara**  
**Penelitian Media Sosial dan Citra Partai Politik Baru**  
**(Studi Deskriptif Penggunaan *Fanpage Facebook* Pada Perindo)**

Peneliti :

Frenda Yentin Madiana

NIM 13730105

Dosen Pembimbing :

Dr. Iswandi Syahputra, M.Si

No	Pertanyaan	Lingkup Jawaban
1	Gagasan awal apa yang mendasari dalam penggunaan <i>fanpage facebook</i> ?	Latar belakang yang mendasari penggunaan <i>fanpage facebook</i> .
2	Apakah sebelum penggunaan <i>fanpage facebook</i> dilakukan riset khalayak media?	Riset-riset yang dilakukan sebelum menggunakan <i>fanpage facebook</i> .
3	Apa citra Perindo sebagai partai baru?	Citra yang dimiliki dan diinginkan Perindo sebagai Partai Baru.
4	Apakah citra tersebut diproduksi atau diposting di <i>fanpage facebook</i> ?	Citra yang diposting di <i>fanpage facebook</i> .
5	Apakah citra tersebut sesuai dengan riset ?	Citra yang diposting sesuai dengan riset khalayak yang dilakukan,
6	Apakah terdapat SOP ( <i>System Operating Procedure</i> ) penggunaan <i>fanpage facebook</i> ?	SOP ( <i>System Operating Procedure</i> ) penggunaan <i>fanpage facebook</i> .
7	Apakah hanya konten kegiatan saja yang diposting?	Pemilihan konten dalam postingan.
8	Apakah terdapat pelatihan bagi admin <i>fanpage facebook</i> ?	Pelatihan yang dilakukan terhadap admin sebelum menggunakan <i>fanpage facebook</i> atau saat menggunakannya.
9	Apakah terdapat rencana pemosting sebelum di posting?	Rancangan postingan yang dibuat sebelum memposting.

10	Apakah terdapat evaluasi setiap minggu atau bulan ?	Evaluasi yang dilakukan dalam penggunaan <i>fanpage facebook</i> .
11	Evaluasi tersebut pasti menghasilkan beberapa kelemahan dan hambatan, apa saja kelemahan dan hambatannya?	Kelemahan dan hambatan dari penggunaan <i>fanpage facebook</i> .
12	Apakah terdapat peraturan dalam menanggapi <i>feedback</i> yang berupa komentar dari pengguna <i>facebook</i> lain ?	Peraturan dalam menanggapi komentar pengguna <i>facebook</i> lain.



**List Pertanyaan Wawancara**  
**Penelitian Media Sosial dan Citra Partai Politik Baru**  
**(Studi Deskriptif Penggunaan Fanpage Facebook Pada Perindo)**

Nama : H. Tunggal  
 Jabatan : Penggagas dan Perintis Penggunaan Media Sosial di Perindo  
 Waktu/Tempat : Selasa, 20 Desember 2016 pukul 14.30 WIB/Kantor MNC

No	Pertanyaan Penelitian	Pertanyaan Wawancara	Catatan keterangan
1	Apa citra yang ingin dibentuk oleh Perindo melalui <i>fanpage facebook</i> ?	Gagasan awal apa yang mendasari dalam penggunaan <i>fanpage facebook</i> ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penggunaan media sosial salah satunya fanpage facebook sebagai media publikasi Perindo tidak dapat dilepaskan dari visi ketua umum Perindo, sejalan dengan arahan, visi, misi, serta prospektif ketua umum, yang mana ketua umum perindo menginginkan gagasan-gagasan melalui partai untuk memberikan solusi kepada bangsa dapat tersosialisasikan dengan baik.</li> <li>- Sosial media ini merupakan saluran. Jika berbicara tentang sejarah media, mulai dari simbol-simbol seperti kentongan, simaphore, sampai kemudian media cetak, radio, televisi, internet, maka arahnya kesitu. Maka untuk efektifitas dipilih media sosial salah satunya fanpage facebook, juga untuk mengikuti perkembangan zaman. Dari visi misi Perindo kemudian bagaimana kita menyampaikannya berdasarkan pakem 5w+15</li> <li>- Fanpage facebook memiliki karakteristik yang</li> </ul>

		<p>berbeda dengan media sosial lain, serta penikmat tersendiri terutama anak muda, juga pertimbangan bahwa media lain seperti televisi merupakan media berbayar yang tidak selamanya dapat diandalkan. Disisi lain fanpage facebook juga memiliki target sendiri yaitu anak muda.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Saat kita mendapatkan penghargaan sebagai partai teraktif di media sosial twitter kita dihack oleh orang yang tidak bertanggung jawab, sehingga twitter kita tidak dapat diakses, pihak twitter pun tidak mau mengembalikan akun kita.</li> <li>- Iya, menggunakan riset. Dan riset dilakukan secara sungguh-sungguh dan serius. Riset disini bukan seperti riset yang dibayangkan (yang ribet). Riset ini terutama saya lakukan pada bulan Juni 2013 sampai bulan Maret 2014, yang berlangsung setiap lima hari dalam seminggu dari pagi hingga sore pada masyarakat. Sehingga riset ini pula yang membedakan apa yang ada di teks dengan apa yang ada dibenak masyarakat, dan hasil dari riset ini adalah apa yang tersajikan dalam produk-produk Perindo selama ini, termasuk yang ada dalam <i>fanpage</i> facebook.</li> <li>- Tidak ada kata ikut-ikutan dalam penggunaan fanpage facebook ini, Ketua umum Perindo sendiri akan marah jika kita tidak bekerja dengan sungguh-sungguh.</li> </ul>	<p>berbeda dengan media sosial lain, serta penikmat tersendiri terutama anak muda, juga pertimbangan bahwa media lain seperti televisi merupakan media berbayar yang tidak selamanya dapat diandalkan. Disisi lain fanpage facebook juga memiliki target sendiri yaitu anak muda.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Saat kita mendapatkan penghargaan sebagai partai teraktif di media sosial twitter kita dihack oleh orang yang tidak bertanggung jawab, sehingga twitter kita tidak dapat diakses, pihak twitter pun tidak mau mengembalikan akun kita.</li> <li>- Iya, menggunakan riset. Dan riset dilakukan secara sungguh-sungguh dan serius. Riset disini bukan seperti riset yang dibayangkan (yang ribet). Riset ini terutama saya lakukan pada bulan Juni 2013 sampai bulan Maret 2014, yang berlangsung setiap lima hari dalam seminggu dari pagi hingga sore pada masyarakat. Sehingga riset ini pula yang membedakan apa yang ada di teks dengan apa yang ada dibenak masyarakat, dan hasil dari riset ini adalah apa yang tersajikan dalam produk-produk Perindo selama ini, termasuk yang ada dalam <i>fanpage</i> facebook.</li> <li>- Tidak ada kata ikut-ikutan dalam penggunaan fanpage facebook ini, Ketua umum Perindo sendiri akan marah jika kita tidak bekerja dengan sungguh-sungguh.</li> </ul>
<p>Apakah sebelum penggunaan <i>fanpage</i> facebook dilakukan riset khalayak media?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perindo dilihat sebagai partai yang berpihak pada</li> </ul>		

	<p>baru?</p>	<p>kepentingan masyarakat. Walaupun ia belum menjadi partai yang menjadi peserta Pemilu, belum memiliki wakil menteri, namun sudah menjadi partai politik. Namun, Perindo sudah bisa melaksanakan programnya dalam mensejahterakan masyarakat, sehingga citra sebagai partai kesejahteraan sudah dimiliki saat ini. Ketua Umum secara tidak langsung telah melakukan survey sendiri. Sudah melakukan konsolidasi di 1000 lebih wilayah ditingkat kecamatan sehingga menurut saya citra sebagai partai kesejahteraan sudah dimiliki. Perindo melihat ada sumbangsih pemuda yang dapat dikembangkan, kemudian didorong supaya berkembang, dan juga perempuan Indonesia.</p> <p>- Fungsi sosial media untuk membentuk citra memang iya. Fanpage facebook digunakan untuk membentuk citra Perindo, yaitu dengan mengirim atau mendeliver program-program Perindo. Setiap kegiatan diposting untuk menginformasikan kepada masyarakat. Bagaimana masyarakat tahu kalau tidk diinformasikan, misalnya fogging yang dilakukan setiap minggu, itu kan baik bagi masyarakat, masyarakat bebas dari DBD sehingga aktivitasnya tidak terganggu. Selain itu juga terdapat tim produksi yang bertugas untuk memproduksi konten-kontent yang tidak dihasilkan dari kegiatan, seperti kontent yang</p>
<p>Apakah citra tersebut diproduksi atau diposting di fanpage facebook ?</p>		

		<p>berdasar pada momentum. Misalnya hari besar, pariwisata, dan tokoh.</p>	<p>berdasar pada momentum. Misalnya hari besar, pariwisata, dan tokoh.</p>
	<p>Apakah citra tersebut sesuai dengan riset ?</p>	<p><b>Ditanyakan ke Pak Ahmad Sofyan saja</b></p>	<p>SOP nya adalah NO SOP. Jadi kita mana yang baik kita sampaikan, toh hingga selama ini tidak ada yang tidak baik karena programnya baik misalnya 100 lebih ambulan. Tidak ada filteran juga dalam memposting kegiatan dan program yang dilakukan Perindo. Komentar-komentar yang tidak baik pun kami biarkan dalam fanpage facebook, biarkan orang lain menilai. Tidak ada SOP, tidak hukuman, tidak ada kewajiban apapun dalam mempostingan, semuanya natural. Namun, tentunya dalam pemilihan kata ada rambu-rambu yang harus dipatuhi, seperti kesopanan dan keramahan dalam memposting suatu kegiatan dan program. Sedangkan dalam hal waktu mempostingan semuanya bebas, kapanpun bisa tidak ada persoalan. Tidak ada waktu prime time dalam mempostingan, dan kita tidak menggunakan promo tweet.</p>
2	<p>Bagaimana Citra tersebut diproduksi dan diposting di fanpage facebook ?</p>	<p>Apakah terdapat SOP (<i>System Operating Procedure</i>) penggunaan fanpage facebook?</p>	<p>Yang kita posting adalah kegiatan dan program-program Perindo yang berdasar pada visi misi Perindo. Baik konten yang diproduksi maupun konten hasil kegiatan program. Konten yang diproduksi ini merupakan tanggung jawab tim produksi</p>
	<p>Apakah hanya konten kegiatan saja yang diposting?</p>	<p>Apakah terdapat pelatihan bagi admin fanpage facebook ?</p>	<p>Ada pelatihan, tapi kita tidak memiliki admin, namun bentuknya paguyuban dan tim produksi. Pelatihannya biasa saja, mengenai pengenalan media yang digunakan, hanya sebatas mengasah dan membekali, yang terpenting</p>

			<p>mereka tahu visi misi partai, apa yang boleh diambil dan mana yang tidak boleh diambil sesuai norma yang berlaku.</p> <p>Ada rapat sebelum pemosting setiap hari, setiap hari ada <i>story line</i>. <i>Story line</i> ini dibuat sesuai kebutuhan sehari-hari sehingga apa yang ditampilkan dan diposting tidak berulang dan membuat bosan, dengan <i>angle</i> kepentingan umum dan kepentingan masyarakat.</p> <p>Evaluasi dilakukan setiap hari, dan itu mudah, yaitu dengan melihat postingan yang dilakukan dalam sehari kemudian membandingkan dengan postingan yang ada di <i>fanpage facebook</i> partai lain, dan dalam hal ini semua anggota paguyuban dan pejabat dapat memberikan saran dan kritik. Evaluasi ini juga untuk mengetahui kesalahan-kesalahan kecil seperti typo. Sehingga editing dapat dilakukan seketika. Setiap seseorang yang mengunggah sesuatu di akun fanpage facebook akan terlihat dan apabila ada kesalahan dapat langsung memeritahukannya. Sekretariat memiliki mekanisme sendiri untuk mengetahui hal tersebut, terutama dari alamat IP pengunggah konten. Intinya dalam hal ini adalah trust pada paguyuban dan tim produksi</p>
	Apakah terdapat rencana pemosting sebelum di posting?		<p>Tidak ada hambatan apapun dalam penggunaan fanpage ini, karena semua dibuat simple dan natural. Hal ini karena saya paham bahwa fanpage facebook ini sifatnya dinamis.</p>
3	Bagaimana cara mengontrol konten fanpage facebook ?	<p>Apakah terdapat evaluasi setiap minggu atau bulan ?</p> <p>Evaluasi tersebut pasti menghasilkan beberapa kelemahan dan hambatan, apa saja kelemahan dan hambatannya?</p>	<p>Evaluasi dilakukan setiap hari, dan itu mudah, yaitu dengan melihat postingan yang dilakukan dalam sehari kemudian membandingkan dengan postingan yang ada di <i>fanpage facebook</i> partai lain, dan dalam hal ini semua anggota paguyuban dan pejabat dapat memberikan saran dan kritik. Evaluasi ini juga untuk mengetahui kesalahan-kesalahan kecil seperti typo. Sehingga editing dapat dilakukan seketika. Setiap seseorang yang mengunggah sesuatu di akun fanpage facebook akan terlihat dan apabila ada kesalahan dapat langsung memeritahukannya. Sekretariat memiliki mekanisme sendiri untuk mengetahui hal tersebut, terutama dari alamat IP pengunggah konten. Intinya dalam hal ini adalah trust pada paguyuban dan tim produksi</p>

		<p>Apakah terdapat peraturan dalam menanggapi <i>feedback</i> yang berupa komentar dari pengguna <i>facebook</i> lain ?</p>	<p>Tidak ada peraturan dalam menanggapi <i>feedback</i> yang penting sopan, tidak SARA, dan responsif. Anggota paguyuban dan tim produksi yang melihat lebih dulu maka ia yang meresponnya.</p>
--	--	---	---



**List Pertanyaan Wawancara**  
**Penelitian Media Sosial dan Citra Partai Politik Baru**  
**(Studi Deskriptif Penggunaan *Fanpage Facebook* Pada Perindo)**

Nama : Anshori

Jabatan : Humas DPP Perindo

Waktu/Tempat : Selasa, 20 Desember 2016 pukul 12.00 WIB/Kantor DPP Perindo

No	Pertanyaan Penelitian	Pertanyaan Wawancara	Catatan keterangan
1	Apa citra yang ingin dibentuk oleh Perindo melalui <i>fanpage facebook</i> ?	Gagasan awal apa yang mendasari dalam penggunaan <i>fanpage facebook</i> ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berdasar pada konteks sekarang dimana media sosial, salah satunya <i>fanpage facebook</i> merupakan sarana komunikasi. Selain itu dalam sebuah media berita itu bersifat berantai, sehingga akan membangun opini dan paling tidak dapat menyampaikan sebuah pesan.</li> <li>- <i>Fanpage facebook</i> yang merupakan salah satu bagian dari <i>facebook</i> sendiri merupakan media sosial paling besar digunakan di Indonesia dibandingkan dengan media lain, maka Perindo akan rugi jika tidak menggunakannya.</li> <li>- Selain pemakai, hal lain yang menjadi alasan adalah <i>facebook</i> lebih gampang digunakan dibandingkan media sosial lain. Orang desa tidak begitu mengenal twitter dan lebih mengenal <i>facebook</i>, orang gptek pun bisa menggunakannya saat ini.</li> </ul>

		Apakah citra tersebut sesuai dengan riset ?	- Iya. Semua yang dilakukan berdasarkan data, karena partai perindo juga didirikan berdasar pada data.
		Apakah ada SOP?	- SOP nya tidak keluar dari visi misi partai



**List Pertanyaan Wawancara**  
**Penelitian Media Sosial dan Citra Partai Politik Baru**  
**(Studi Deskriptif Penggunaan *Fanpage Facebook* Pada Perindo)**

Nama : Muhammad Sopiyan

Jabatan : Wakil Sekretaris Perindo

Waktu/Tempat : Selasa, 20 Desember 2016 pukul 12.30 WIB/Kantor DPP Perindo

No	Pertanyaan Penelitian	Pertanyaan Wawancara	Catatan keterangan
1	Apa citra yang ingin dibentuk oleh Perindo melalui <i>fanpage facebook</i> ?	Apa citra Perindo sebagai partai baru?	<p>Cukup mengharapkan ingin membangun prespektif sebagai partai yang memiliki citra positif akan kehadirannya, karena kehadiran parpol-parpol yang selama ini mulai dari orde lama, orde baru, dan reformasi, kurang optimal, maka perindo ingin bagaimana membangun suatu partai yang bisa memberikan kontribusi yang significant terhadap bangsa, memasukan di sosmed untuk meningkatkan awareness, setiap partai belum tentu memiliki legalitas yang tinggi maka harus banyak turun ke bawah, buat program-program. Ada kekuatan program yang kita usung menjadi mainstream program, pertama peningkatan UMKM termasuk pemberian gerobak, warung sejahtera, koperasi nelayan.</p> <p>Citra yang dibentuk berdasarkan visi misi, bahwa sosmed merupakan bagian sosialisasi dari apa yang kita lakukan, gerobak simbol kesejahteraan bagaimana umkm dapat naik kelas.</p> <p>Citra sebagai partai kesejahteraan, ada dua hal yang menjadi icon partai yaitu HT sebagai kekuatan jujur, ketum, orang kalau bilang perindo pasti tahu hari tanoe, kedua kalau orang tahu perindo pasti tahunya indonesia sejahtera.</p>

		Apakah citra tersebut sesuai dengan riset ?	Survey demokrat masuk dalam lima besar tentuperindo memiliki citra yang positif dimata masyarakat
--	--	---	---



# SCREENSHOOT KONTEN HIPERREALITAS PENCITRAAN KERELIGIUSITASAN HARY TANOESOEDIBJO DI AKUN FANPAGE FACEBOOK PERINDO (1 NOVEMBER 2016-17 FEBRUARI 2017)

## Penyambutan HT dengan Hadrah



Unggahan 17 Februari 2017

## Penyambutan HT dengan Hadrah



Unggahan 17 Februari 2017

## Gerakan Zikir Bersama



30 Januari 2017

## Hary Tanoesoedibjo Memakai Surban Pada Acara Dialog Bersama Ulama Se-Jawa Barat



16 Januari 2017

## Dialog bersama Alim Ulama se-Jabar



16 Januari 2017

## Hary Tanoesodibjo saat dialog dengan Ulama Se-Jabar



16 Januari 2017

## Antusias Ulama Se-Jabar untuk foto bersama Hary Tanoesodibjo



16 Januari 2017

## Antusias Ulama Se-Jabar Menerima Kedatangan Hary Tanoesodibjo



16 Januari 2017

## Dialog Dengan Ulama Se-Jabar



16 Januari 2016

## Hary Tanoesoedibjo Diberikan Surban



16 Januari 2016

## Berjalan bersama Kyai



8 Desember 2016

## Berdiri bersama Kyai di Ponpes Ponpes Al-Hidayat Magetan



8 Desember 2016

## Duduk bersama Kyai Ponpes Al-Hidayat Magetan



8 Desember 2016

## Ceramah di depan Santri Ponpes Al-Hidayat Magetan



8 Desember 2016

## Ceramah di depan Santri Ponpes Al-Hidayat Magetan



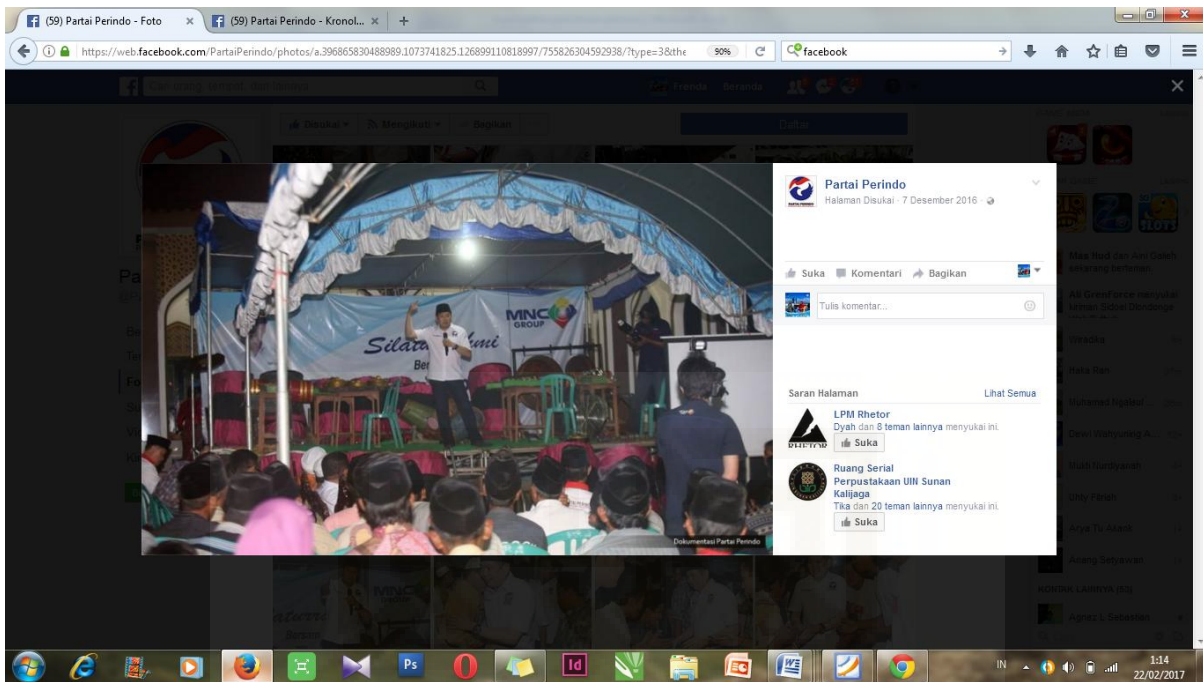
8 Desember 2016

## Kunjungan Ke Ponpes Al-Hidayat Magetan



8 Desember 2016

## Pidato Depan Santri Darul Ulum Sumenep



7 Desember 2016

## Antusias Santri Darul Ulum Sumenep menerima kedatangan Hary Tanoesodibjo



7 Desember 2016

## Antusias Santri Darul Ulum Sumenep menerima kedatangan Hary Tanoesodibjo



7 Desember 2016

## Antusias Santri Darul Ulum Sumenep menerima kedatangan Hary Tanoesodibjo



7 Desember 2016

## Antusias Santri Darul Ulum Sumenep menerima kedatangan Hary Tanoesodibjo



7 Desember 2016

## Kunjungan Ke Ponpes Darul Ulum Sumenep



7 Desember 2016

## Deklarasi Dukungan Makka Aswaja



6 Desember 2016

## Pidato Pada Deklarasi Dukungan Makka Aswaja Di Samping Para Alim Ulama



6 Desember 2016

## Antusias Anggota Makka Aswaja Menyalami Hary Tanoesoedibjo



6 Desember 2016

## Deklarasi Dukungan Makka Aswaja Di Samping Para Alim Ulama



6 Desember 2016

## Ceramah Di Depan Dengan Panggung Dengan Alim Ulama



5 Desember 2016

## Ceramah Di Depan Dengan Panggung Dengan Alim Ulama



5 Desember 2016

# Frenda Yentin M



## General Info

- Bojonegoro, February, 05<sup>th</sup> 1996
- Female
- Gg. Genjah No 390, Ngentak Sapen, Catur Tunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta
- 085 748 741 744
- Yentinfrendha@gmail.com

## Skill :

**Writing, Desain grafis,  
Research, Fotografer, Promote,  
Event Organizer**

## Education

### Formal

- 2013-now Undergraduate student of Communication Science State Islamic University Sunan Kalijaga
- 2010-2013 SMA Negeri 1 Kedungadem
- 2007-2010 SMP Negeri 1 Kedungadem
- 2001-2007 SD Negeri 1 Sidomulyo

### Non Formal

- 2015 English Language Courses in BESWAN Pare
- 2014 English Language Courses in Efast Pare

## Organisation Experience

- 2016 Secretary of KKN UIN Sunan Kalijaga 89 group 091
- 2015 PR World Merit Indonesia Chapter Jogja
- 2015 External Relation of Idekata
- 2015 Talent Development of IMIKI PPT UIN Sunan Kalijaga
- 2015 PR of Lep3Kom Kopma UIN Sunan Kalijaga
- 2014 Chairman committee of Android Goes to Campus Jogja
- 2014 Secretary Of member 63<sup>th</sup> Kopma UIN Sunan Kalijaga
- 2014 Member of Kopma UIN Sunan Kalijaga
- 2013 Member of Idekata UIN Sunan Kalijaga
- 2013 Member of Akademia UIN Sunan Kalijaga
- 2013 Volunteer of Akademia Berbagi Jogja

## Work Experience

- 2015-now Journalist in www.Koranopini.com
- 2015-2016 Journalist in I-campus
- 2014-2016 Journalist in Joglosemar newspaper

## Training & Workshop

- 2016 Local Leaders Day 3 Akademi Berbagi
- 2016 Workshop "Wirausaha Muda Mandiri" Bank Mandiri
- 2015 Training Metodologi Research of Sosial and Humaniora Faculty
- 2015 Training Leadership of Sosial and Humaniora Faculty
- 2015 Training Jurnalistic Badminton of Djarum
- 2015 Training Public Speaking of Bank Indonesia
- 2014 Diksar 63<sup>th</sup> of Kopma UIN Sunan Kalijaga
- 2014 Training Metodologi Research of Sosial and Humaniora Faculty
- 2013 Training to be a good guide with knowledge in history
- 2013 Training Journalism of Kedaulatan Rakyat (KR)
- 2013 Training Technology and Communication Of UIN Sunan Kalijaga
- 2013 Training WPAP (Wedha's Pop Art Potrait)



## Award

- 2015 Delegate of Future Leader Summit  
Room Media Massa
- 2015 Finalis 15 Innovation Animal Science  
Of Brawijaya University

## Social Media:

- Frenda Yentin
- @frendayentin
- Frenda Yentin

Blog : Kompasiana (frenda yentin)

frendayentin.blogspot.com

frendayentin (www.koranopini.com)