

ETIKA DAN NALAR KOMUNIKASI POLITIK GERAKAN TAGAR

#2019GANTIPRESIDEN DALAM SOSIAL MEDIA *FACEBOOK*

(TELAAH ISU POLITIK PERSPEKTIF HANNAH ARENDT)



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Agama (S.Ag)

Disusun Oleh :

Revi Dicky Adistu

NIM. 15510029

**PROGRAM STUDI AQIDAH DAN FILSAFAT ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2019

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

NOTA DINAS

Hal : Skripsi Saudara Revi Dicky Adistu

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

UIN Sunan Kalijaga

D.I. Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan, petunjuk, dan mengoreksi, serta mengadakan perbaikan seperlunya, kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Revi Dicky Adistu

NIM : 15510029

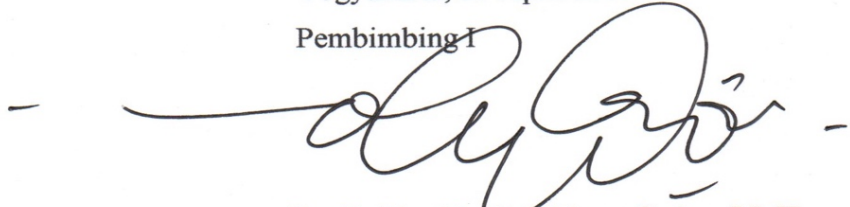
Judul Skripsi : Etika dan Nalar Komunikasi Politik Gerakan Tagar
#2019GantiPresiden Dalam Sosial Media *Facebook*
(Telaah Isu Politik Perspektif Hannah Arendt)

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Agama (S.Ag) dalam bidang Aqidah dan Filsafat Islam.

Dengan ini kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi tersebut layak diajukan untuk dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih. Demikian, mohon dimaklumi adanya. *Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Yogyakarta, 29 April 2019

Pembimbing I



Dr. Robby Habiba Abror S. Ag., M. Hum
NIP. 19780323 200710 1 003

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Revi Dicky Adistu
NIM : 15510029
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Program Studi : Aqidah dan Filsafat Islam
Alamat Asal : Jl. Raya Sukabumi – Cianjur Km. 12,5 Gekbrong, Cianjur
Alamat Jogja : Jl. Kaliurang KM. 12,5 Harjobinangun, Pakem, Sleman
No. Hp : +6285322864200
Judul Skripsi : Etika dan Nalar Komunikasi Politik Gerakan Tagar
#2019GantiPresiden Dalam Sosial Media Facebook
(Telaah Isu Politik Perspetif Hannah Arendt)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Skripsi yang saya ajukan benar asli karya ilmiah yang saya tulis sendiri.
2. Bilamana skripsi telah dimunaqsyahkan dan diwajibkan revisi, maka saya bersedia dan sanggup merevisi dalam waktu 2 (dua) bulan terhitung dari tanggal munaqsyah. Jika ternyata lebih dari 2 (dua) bulan revisi skripsi belum terselesaikan maka saya bersedia dinyatakan gugur dan bersedia munaqsyah kembali dengan biaya sendiri.
3. Apabila kemudian hari ternyata diketahui bahwa karya tersebut bukan karya ilmiah saya (plagiasi), maka saya bersedia menanggung sanksi dan dibatalkan gelar kesarjanaan saya.

Demikian pernyataan ini buat dengan sebenar-benarnya

Yogyakarta, 25 April 2019

Saya yang menyatakan



Revi Dicky Adistu



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512156 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1138/Un.02/DU/PP.05.3/05/2019

Tugas Akhir dengan judul : **ETIKA DAN NALAR KOMUNIKASI POLITIK GERAKAN TAGAR #2019GANTIPRESIDEN DALAM SOSIAL MEDIA FACEBOOK (TELAAH ISU POLITIK PERSPEKTIF HANNAH ARENDT)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : REVI DICKY ADISTU
Nomor Induk Mahasiswa : 15510029
Telah diujikan pada : Jumat, 03 Mei 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : 92 / A-

Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Robby Habiba Abror, S. Ag., M. Hum
NIP. 19780323 200710 1 003

Penguji II

Dr. Mutiullah, S. Fil. I, M. Hum
NIP. 19791213 200604 1 005

Penguji III

Muhammad Fatkhan, S. Ag., M. Hum
NIP. 19720328 199903 1 002

Yogyakarta, 10 Mei 2019
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
DEKAN



Dr. Alam Roswanto, M. Ag
NIP. 19681208 199803 1 002

MOTTO

“Break the limit and beyond limitation”

Patahkan batasan, dan lampau keterbatasan

- Revi Dicky Adistu -

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk :

Ibu dan almarhum bapak saya yang telah menunggu disurga

Bapak angkat saya Samsul Ma'arif Mujiharto S. Fil., MA., Ph. D (Dosen

Fakultas Filsafat, Departemen Filsafat)

Almamater yang selalu dibanggakan UIN Sunan Kalijaga

Program Studi Aqidah dan Filsafat Islam

Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

ABSTRAK

Dalam tulisan ini membahas mengenai fenomena-fenomena yang terjadi dikalangan *netizen facebook* dalam menyikapi isu-isu politik yang viral bermunculan dijagat sosial media *facebook*. Pola nalar komunikasi yang senantiasa berujung pada *negative campaign* dan *black campaign* dan diiringi oleh kemunculan gerakan tagar #2019GantiPresiden dalam jagat sosial media *facebook* yang membawa banyak orientasi kepada *netizen* baik berupa berita *hoax* dan *hate speech* yang menimbulkan pro dan kontra. Orientasi yang diberikan elit politik kepada *netizen* membawa masyarakat menjadi kehilangan daya pikir kritisnya dalam menyikapi isu dan wacana opini publik. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengkaji dan melakukan penelitian ini.

Tulisan skripsi ini berfokus pada wacana gerakan #2019GantiPresiden dan *netizen facebook* dalam menyikapi isu-isu politik yang viral dalam sosial media *facebook* dengan menggunakan kacamata perspektif etika dan filsafat Hannah Arendt. Selain itu penulis menggunakan metode deskriptif-analisis dan kualitatif, untuk mendapatkan data dengan cara wawancara dan observasi dalam sosial media *facebook*. Sebagai pelengkap ditambahkan dengan data-data berupa dokumentasi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dalam penulisan skripsi ini, tercatat bahwa gerakan #2019GantiPresiden menggiring massa dalam bentuk komunikasi politik berbentuk *black campaign* yang mana data yang diperoleh direduksi dari sumber data yang kemudian diolah sedemikian rupa sehingga membentuk suatu berita yang baru berbentuk berita bohong (*hoax*) yang tersebar luas dalam sosial media *facebook* yang menimbulkan pro dan kontra. Tak banyak *netizen* yang mempercayai berita tersebut dan berimplikasi pada *black campaign*.

Setelah melakukan penelitian terkait dengan pola nalar komunikasi politik gerakan #2019GantiPresiden dalam pemilu 2019 ini yaitu tidak sedikit *netizen* dengan mudah terhegemoni oleh isu politik yang beredar dikalangan *netizen facebook* sehingga *netizen* dengan tidak secara menyadari tergiring menjadi seorang korban sekaligus menjadi penjahat. Dalam hal ini Arendt menawarkan pemikirannya mengenai etika keduniawiannya yang mencoba untuk menjadi pribadi yang kritis dalam menyikapi problematika yang ada dalam dunia ini dengan cara berpikir secara mendalam dan mengantisipasi kejahatan dengan cara tanggung jawab dalam dunia sebagaimana Arendt tawarkan dalam suatu pemikirannya.

Kata kunci : Komunikasi Politik, Gerakan #2019GantiPresiden, Kejahatan, Tanggung Jawab, Etika

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan limpahan rahmatnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat pada waktunya dengan judul “ Etika dan Nalar Komunikasi Politik Gerakan Tagar #2019GantiPresiden Dalam Sosial Media *Facebook* (Telaah Isu Politik Perspektif Hannah Arendt)”. Shalawat serta salam selalu senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabat beliau yang ditunggu syafa'atnya di *yaumul qiyamah* nanti.

Banyak kendala yang penulis alami dalam proses penulisan dan menyelesaikan skripsi ini, namun hal tersebut tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan serta motivasi dari berbagai pihak, namun tentunya skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu dengan penuh rasa hormat dan mengucapkan banyak terima kasih kiranya kepada semua pihak yang telah membantu penulis diantaranya adalah :

1. Bapak Prof. Yudian Wahyudi, Ph.D. Selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Alim Roswanto, M. Ag. Selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

3. Bapak Dr. Robby Habiba Abror S.Ag., M. Hum. Selaku Ketua Prodi dan sekaligus pembimbing skripsi saya yang senantiasa berkenan memberikan bimbingan dan kontribusinya dalam menyelesaikan tugas akhir.
4. Ibu Fatimah Husein MA., Ph.D selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) dan sekaligus dosen yang memberikan banyak pencerahan dan inspirasi kepada saya, selama berproses di program studi Aqidah dan Filsafat Islam.
5. Bapak dan Ibu Dosen program studi Aqidah dan Filsafat Islam yang telah berkenan mendidik sekaligus mengajar yang memberikan banyak ilmu dan pengetahuanya serta wawasan baik selama perkuliahan maupun diluar jam perkuliahan.
6. Seluruh jajaran staf administrasi Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan pelayanan yang baik selama penulis berproses selama kurang lebih empat tahun.
7. Bapak Samsul Ma'arif Mujiharto S.Fil., MA., Ph.D. Dosen filsafat Universitas Gadjah Mada yang telah memberikan banyak kontribusinya terhadap saya baik sebelum berada di Yogya ataupun sudah di Yogya. yang telah banyak membantu dalam segi moril ataupun materil, memberikan banyak motivasi sekaligus inspirasi perjalanan saya selama berproses belajar etika dan filsafat.
8. Ibu Entin dan almarhum bapak saya yang telah mendidik, mencerminkan nilai-nilai makna hidup makna berjuang dalam dinamika kehidupan ini. Yang telah berjuang keras segenap jiwa dan raganya.

9. Teman-teman KKN angkatan 96 Kelompok 39 yang selalu mendukung saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
10. Sahabatku dikelas Hasyim Wibowo yang telah memberikan banyak kontribusinya selalu untuk memotivasi saya untuk segera menuntaskan skripsi ini dan Lailatul Nurahma yang selalu menjadi senantiasa menjadi teman bedialektika dalam wacana filsafat.
11. Kepada takmir mesjid Baiturrahim Nologaten Mas Haris dan Mas Hamdan yang senantiasa berbagi pengetahuan dan belajar lebih dalam mengenai agama dan menjadi rumah kedua saya di Yogya.
12. Tentunya Hannah Arendt wanita tangguh dan selalu tegar diterpa cobaan yang telah memberikan inspirasi kepada saya untuk dijadikan bahan acuan dalam memahami politik saat ini.

Sebagai penutup, penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kesalahan karena manusia tidak luput dari kesempurnaan dalam penulisan skripsi ini, dengan penuh kesadaran penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya kepada pembaca. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan menjadi referensi bagi pembaca sekalian dalam membangun wacana politik kedepannya dalam perspektif Hannah Arendt.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 25 April 2019
Penulis

Revi Dicky Adistu

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
D. Telaah Pustaka.....	11
E. Kerangka Teori.....	13
F. Metode Penelitian.....	16
G. Metode dan Analisis Data.....	20
H. Sistematika Pembahasan.....	21

BAB II HANNAH ARENDT DAN PEMIKIRAN POLITIK

A. Biografi Hannah Arendt.....	23
B. Pemikiran Politik dan Etika Hannah Arendt	26
C. Pandangan Hannah Arendt Tentang Dunia	28
D. <i>Worldlessness</i> dan Kejahatan	29
E. Tanggung Jawab Kepada Dunia	36
F. Tindakan Politik dan Tanggung Jawab Terhadap Dunia	39

BAB III PEMILIHAN UMUM 2019 DAN PERKEMBANGAN KOMUNIKASI POLITIK DI SOSIAL MEDIA FACEBOOK

A. Selayang Pandang Pemilihan Umum 2019	43
B. Metode Kampanye Pemilihan Umum 2019	47
a. Komunikasi Politik.....	52
b. Bentuk dan Teknik Komunikasi Politik	54
C. Media Komunikasi dan Komunikasi Politik di Sosial Media Facebook.....	63
D. Munculnya Gerakan #2019GantiPresiden.....	67

BAB IV ANALISIS NALAR KOMUNIKASI POLITIK GERAKAN TAGAR #2019GANTIPRESIDEN DI SOSIAL MEDIA *FACEBOOK* PERSPEKTIF HANNAH ARENDT

A. Pola Nalar Komuniaksi Politik Gerakan #2019GantiPresiden.....	71
a. Kampanye Negatif (<i>Negative Campaign</i>)	71
b. Kampanye Hitam (<i>Black Campaign</i>)	73

B. Peranan Etika Dalam Komunikasi Politik.....	77
C. Hakikat Politik Gerakan #2019GantiPresiden Perspektif Hannah Arendt.....	80
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	86
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
Dokumentasi	
Pedoman Wawancara	
Pedoman Observasi	
Daftar Informan	
Curriculum Vitae	

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 : Tiga katategori pemilih dalam Pemilihan Umum (Pemilu) 2019..... 44

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Persentase kampanye dengan metode tatap muka langsung 50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kampanye Terbuka Prabowo 08 April 2019	61
---	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju mendorong manusia untuk selalu berinovasi dalam mengembangkan nilai kebutuhan untuk menunjang berbagai aspek kehidupan. Salah satunya adalah media massa sebagai media yang digunakan manusia baik untuk kebutuhan informasi, komunikasi, edukatif dan kebutuhan lainnya yang mendorong adanya modernisasi yang pesat. Kini koran, *TV*, radio, majalah tidak hanya dinikmati hanya duduk bertempat diri saja, melainkan dapat diakses dimana saja dan kapan saja dengan hanya terhubung ke jaringan internet yang mendukung untuk menjelajahi berbagai aspek diberbagai penjuru belahan dunia. Media massa yang kini bertransformasi menjadi *e-newspapper*, *TV online*, radio online, *e-magazine* bahkan media sosial yang dapat memudahkan kita untuk mengakses keperluan apa saja yang kita butuhkan.

Lebih jauhnya media sosial yang kian berkembang pesat dengan bermunculannya beberapa aplikasi sosial media dijagat dunia maya seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, dan sosial media lainnya, yang digunakan masyarakat dunia, tidak hanya sebagai sarana informasi, komunikasi, edukasi maupun hiburan, sosial media juga digunakan sebagai media bisnis atau yang dikenal dengan *digital marketing*.

Hal yang menjadi sorotan masa kini merupakan salah satu jejaring sosial media *facebook*. *Facebook* merupakan salah satu jejaring sosial media berbasis *user friendly* yang dibuat oleh salah satu mahasiswa Universitas Harvard yakni Mark Zuckenber. Sosial media ini dapat menghubungkan orang diberbagai penjuru dunia.*facebook* yang lahir pada tahun 2004 lalu, tercatat merupakan salah satu media sosial yang paling populer didunia dengan jumlah pengguna lebih dari 2,17 miliar pada akhir januari 2018. Indonesia sendiri memegang peranan besar dalam kemajuan *facebook*, di Indonesia tercatat pengguna *facebook* mencapai 130 juta dari persentase enam persen dari keleluruhan akun penggunaan.¹ Penggunaan *facebook* yang beragam yang dimanfaatkan oleh pengguna akun diantaranya sebagai media pemasaran baik berupa produk ataupun jasa, sarana edukasi dan hiburan, sebagai media berbagi informasi ataupun komunikasi antara pengguna satu dengan pengguna lainnya.

Selain itu facebook juga digunakan tidak hanya sebagai media komunikasi dan informasi dari masyarakat pada umumnya, namun tercatat *facebook* banyak diminati oleh para calon legislatif ataupun calon wakil presiden dan wakil presiden untuk mendekatkan diri kepada masyarakat secara kekinian.

Facebook digunakan juga oleh para calon politikus sebagai sarana penyambung lidah kepada masyarakat dalam mengkomunikasikan berbagai

¹ Rizki Chandra Septiana, "Indonesia, Pengguna Facebook Terbanyak ke-4 di Dunia", <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/02/08181617/indonesia-pengguna-facebook-terbanyak-ke-4-di-dunia> (diakses pada 1 Oktober 2018)

program visi dan misinya atau sebagai media penyampaian informasi program yang akan dilaksanakan.

Dalam dunia politik untuk mendapatkan dukungan dan hak suara, berbagai upaya yang dilakukan oleh para calon politikus. Salah satunya adalah menurut Winston Churchill (perdana Menteri Inggris) dalam buku karya Afif Rivai yaitu *Etika Politik : Catatan Kritis Berpolitik Parpol di Indonesia*, menjelaskan terdapat tiga rumus yang dapat dijadikan “jurus” jika benar-benar seorang politisi ingin menjadi seorang “petarung” sejati, yakni dukungan harus dicari, peluang harus direbut, dan strategi harus jitu.²

Terkait hal tersebut tentunya jelas bahwa para calon politikus tidak hanya bergerak terjun langsung ke masyarakat dengan berbagai pencitraan yang dilakukannya, melainkan para calon politikus kini mulai meraba ke jagat sosial media khususnya *facebook* untuk menggait dukungan dan hak suara dari masyarakat pengguna sosial media facebook, yang mereka percayai sebagai salah satu strategi jitu dan tepat pada era sekarang.

Para kader bersaing satu dengan yang lainnya, berbagai pencitraan diupayakan oleh para calon, peneliti sendiri mengamati beberapa upaya para calon legislatif maupun calon presiden dan wakil presiden salah satunya adalah dengan menyuarakan visi dan misinya didepan publik dengan mendatangkan musisi maupun artis yang tujuannya untuk menggait hati masyarakat. Yang hal tersebut kemudian didokumentasikan dalam bentuk

² Afif Rivai, *Etika Politik: Catatan Krisis Berpolitiknya Parpol di Indonesia* (Banten: Pustaka Afa Media, 2012), hlm. 2.

video yang diunggah kedalam *facebook*. Para calon legislatif yang terjun langsung kemasyarakat misalnya dengan wujud pencitraan mendatangi langsung masyarakat menengah kebawah seperti datang kepasar, keladang pertanian warga, bahkan ada pula yang mendatangkan sembako untuk dibagikan ke masyarakat. Bukan hal yang asing lagi bagi penulis melihat fenomena tersebut dari tahun ke tahun, hal tersebut merupakan wujud dari pada calon politikus yang mencoba untuk menarik banyak perhatian dan bertujuan mengasumsikan kepada masyarakat untuk simpatik dan mendukung para calon legislatif tersebut.

Dalam konteks inilah bagaimana kemudian salah satu aktivitas politik dikomunikasikan secara *plus*, menjadi sebuah tantangan dalam proses pengemasannya. Di sinilah makna komunikasi politik menjadi sangat penting untuk melakukan aktivitas dalam kampanye politik. Sebuah kepentingan politik tidak mungkin bisa tercapai tanpa diiringi oleh aktivitas komunikasi politik yang baik. Menurut Erich Evert dalam buku "*offentlichkeit in der Aussen Politik*" sebagaimana dikutip oleh Roni Tabroni, mengemukakan bahwa unsur yang harus dipenuhi dalam pemberitaan politik adalah publisitas, aktualitas dan popularitas.³

Tidak lama lagi *euforia* pesta demokrasi 2019 akan segera dimulai dengan agenda khusus yakni pemilihan bakal calon presiden dan wakil presiden dengan masa jabatan 2019-2024 yang dilakukan pemilihan secara

³ Roni Tabroni, Etika Komunikasi Politik dalam Ruang Media Massa, Jurnal Ilmu Konumikasi, Volume 10. Nomor 2. Agustus 2012, hlm. 106.

langsung oleh rakyat. Tercatat pada pemilihan calon presiden dan wakil presiden sudah terpilih dua calon yakni pada nomor urut pertama yakni Joko Widodo dan Ma'aruf Amin dan dinomor urut dua tercatat Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno sebagai calon presiden dan wakil presiden.

Setelah ditetapkan pasangan dan nomor urut untuk calon presiden dan wakil presiden tak lama ini, tim sukses antar pasangan pun mulai bermunculan dan saling berlomba untuk dapat menarik banyak perhatian publik dalam mengkampanyekan calonnya untuk merebut hati rakyat dalam memenangkan pemilihan umum ditahun 2019 yang akan datang. Upaya yang paling banyak dilakukan oleh para tim sukses yakni media sosial khususnya *facebook* sebagai *marketing polithic*.

Dalam perkembangan *Marketing polithic* di Indonesia, secara konsep pada satu dekade kebelakang, sosial media digunakan sebagai media untuk menunjang komunikasi dalam mengkampanyekan pasangan yang diunggulkan, keluasan jangkauan dan pengaruh besar dalam pola pemikiran publik, khususnya pengguna akun sosial media *facebook*.

Bagi penulis sendiri *facebook* menjadi suatu medium untuk komunikasi politik untuk kampanye merupakan hal yang wajar dalam konteks masa sekarang dan hal tersebut hemat penuliks merupakan suatu terobosan yang kekinian untuk memikat simpatik publik. Namun yang menjadi persoalan peneliti disini adalah aktivitas para partisipan politik tersebut dalam menyampaikan pesan-pesan politiknya yang cenderung mengarah kepada hal yang tidak baik. lantas baik dalam artian apa? baik

yang dimaksud penulis disini ialah konteks sejauh mana dalam proses komunikasi politik dapat dipertanggung jawabkan pesan-pesan politiknya para partisipan tersebut baik dalam hal tingkat kepastian informasi (*confirmability*) maupun tingkat kredibilitas.

Adanya partisipan politik yang menamakan diri mereka sebagai gerakan tagar "#2019GantiPresiden" merupakan suatu kelompok yang ditenggarai atas dua kemungkinan. Kemungkinan pertama yakni kekecewaan masa pemerintahan Joko Widodo pada masa jabatannya tersebut. Yang kedua ditanggapi oleh Joko Widodo sendiri yang sekarang menjabat sebagai presiden, menurut gerakan tersebut memberikan positif karena dari sebelumnya kita ganti menjadi hal jauh lebih baik lagi.

Hal tersebut para partisipan mencoba untuk mengkampanyekan lawan pasangan Joko Widodo dan Ma'ruf Amin yakni Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno yang muncul kepermukaan jagat sosial media *facebook*. Berbagai upaya oleh *netizen* tersebut dalam mengkampanyekan Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno dilakukan namun yang disayangkan oleh penulis disini mencuat hal yang tidak seharusnya dilakukan dalam kampanye yakni menyebarkan berita *hoax* (berita palsu) kepada *netizen* sosial media *facebook* lainnya, sehingga timbul permasalahan pro dan kontra yang terjadi dikalangan *netizen*. Sebut saja berita yang terkait berita *hoax* sebelumnya yang dikemukakan oleh kelompok #2019GantiPresiden terkait dengan kasus yang menimpa Ratna Sarumpaet atas dugaan penganiayaan yang menimpa aktivis politik wanita tersebut. Sontak menimbulkan pro dan

kontra yang terjadi pada *netizen* yang menimbulkan perang verbal dikolom komentar, antara satu dengan lainnya yang berimplikasi pada ujaran kebencian.

Tidak sedikit *netizen* yang terhegemoni dan mempercayai berita tersebut sebelum adanya klarifikasi dari pihak berwajib terkait dengan berita tersebut. Ada beberapa *netizen* yang mempercayai bahwa berita tersebut merupakan perbuatan oknum yang tidak menyukai tim pemenangan dari Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno dilain hal ada beberapa *netizen* mempercayai bahwa berita tersebut merupakan *hoax* yang merupakan strategi kelompok oposisi dalam berpolitik.

Selain hal itu dalam berstrategi politiknya, kelompok oposisi sebelum berita *hoax* yang menimpa Ratna Sarumpaet berita lainya yang dikemukakan oleh Sandiaga Uno terkait dengan statementnya mengenai hal harga perbandingan *chicken rice* di Jakarta lebih mahal dengan harga lima puluh ribu rupiah per porsi dibandingkan *chicken rice* di Singapura yang senilai tiga puluh lima ribu rupiah. *Netizen* yang mempercayai berita tersebut sontak memberikan penilaian yang berkesan negatif dan seakan mengklaim hal tersebut sebagai kebenaran yang mutlak yang tertuju kepada pemerintah, namun hal tersebut dibantah oleh Badan Pusat Statistik (BPS) DKI Jakarta dengan memberikan beberapa data yang valid.

Seakan hilangnya orientasi *netizen* yang terhegemoni oleh informasi-informasi yang kebenarannya masih simpang siur. Padahal sejatinya manusia merupakan makhluk yang memiliki akal budi hal itu yang

membedakan antara manusia dengan binatang yakni manusia bertindak atas kesadaranya dan atas kemauanya sendiri dengan menyikapi hal tersebut dengan kritis yang mudah tergerus dengan perasaan prasangka, emosi bahkan asumsi mereka sendiri. Para netizen awam khususnya yang tidak bergelut dalam dunia politik bahkan pengetahuan politik mudah terdoktrin dan tidak dapat menentukan dirinya sendiri dalam menyikapi hal tersebut bahkan saling membunuh karakter antara *netizen* satu dengan *netizen* lainya, menuduh orang tanpa bukti bahkan cenderung ke arah fitnah, bahkan melegitimasi pandangan oleh dirinya sendiri.

Pentingnya berpikir kritis dan selektif dalam menyikapi informasi politik yang didapat, yang idealnya perlunya suatu pengetahuan kritis dalam menyikapi ruang politik yakni etika politik. Etika politik adalah filsafat moral mengenai dimensi politis kehidupan manusia.⁴ Menurut Hannah Arendt, pada modern ini manusia kehilangan orientasinya sebagai dirinya sendiri dalam menentukan cara berpikir dan bertindak. Dalam hal ini Hannah memberikan solusi bagaimana prinsip-prinsip teoritis etis yang mendasari praktik politik atau standar-standar etis dalam menilai legitimasi politik dan sekaligus mengelola secara bertanggung jawab kehidupan.⁵

Dalam hal ini etika ingin membantu untuk mencari orientasi. Tujuanya agar hidup dengan cara tidak mengikuti alur atau cara-cara

⁴ Franz Magnis Suseno, *Etika politik prinsip moral dasar kenegaraan modern* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2018), hlm. 1.

⁵ Yosef Keladu Koten, *Etika Keduniawian Karakter Etis Pemikiran Politik Hannah Arendt* (Maumere: Ledaeto. 2018), hlm. III.

terhadap berbagai pihak yang mau menetapkan bagaimana harus berbuat, melainkan agar dapat menjadi diri sendiri mengapa harus bersikap begini dan begitu. Etika mencoba untuk membantu, agar lebih mampu untuk mempertanggung jawabkan kehidupan⁶ dan agar informasi yang disampaikan ke khalayak publik pun bukan hanya semata penilaian apriori, keterkaiatan emosional atau bahkan hanya mengikuti trend saja, melainkan dengan mempertimbangkan nilai-nilai moral dalam menyampaikan dan memahami informasi dalam media sosial *facebook*.

Penulis tertarik untuk menelaah lebih dalam masalah aktual ini dan akan berfokus pada gerakan tagar #2019GantiPresiden dan *netizen* di *facebook*, lalu bagaimana pola nalar gerakan tagar #2019GantiPresiden dalam menyampaikan informasinya terkait dengan isu politik yang mereka sampaikan kepada publik dan implikasinya terhadap pola pikir *netizen* dalam menyikapi isu-isu politik tersebut yang dimuat dalam media sosial *facebook* dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip moral dasar dan tanggung jawab dalam *facebook* dengan perspektif pemikiran etika politik dari Hannah Arendt.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, dapat ditarik rumusan masalah berikut dalam penelitian ini diantaranya :

⁶ Franz Magnis Suseno, *Etika Dasar Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral* (Yogyakarta: Kanisius, 1987), hlm. 14.

1. Bagaimanakah pola nalar gerakan tagar #2019GantiPresiden terhadap *netizen* terkait dengan isu pro dan kontra terkait kampanye pemilu presiden 2019 di media sosial *facebook*?
2. Orientasi apa saja yang ditawarkan etika politik perspektif Hannah Arendt dalam menyikapi isu politik kampanye pemilihan umum presiden 2019 di media sosial *facebook* terkait dengan gerakan tagar #2019GantiPresiden?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dan manfaat yang akan dicapai dalam penelitian ini diantaranya :

a. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui sejauh mana pola pikir dan pertimbangan moral *netizen* dalam menyikapi isu politik yang disampaikan oleh gerakan tagar #2019GantiPresiden yang hangat dibicarakan di media sosial *facebook*.
2. Mengetahui peranan etika dalam perkembangan politik pada masa kampanye pemilihan umum Presiden 2019.

b. Manfaat Penelitian

1. Memberikan deskripsi bagaimana pola nalar kelompok #2019GantiPresiden terhadap pola komunikasi *netizen* dalam menyikapi isu politik pada kampanye pemilihan umum Presiden 2019.

2. Memberikan wawasan baru khususnya kepada *netizen facebook* akan pentingnya pertimbangan moral dalam menggunakan *faceboook* dalam proses kegiatan komunikasi politik.
3. Memberikan kontribusi multidisiplin ilmu terkait dengan filsafat, politik dan media sebagai filsafat yang pluradisipliner seiring dengan perkembangan zaman yang kian harus menyikapi problematika dengan kritis.

D. Telaah Pustaka

Dalam penelusuran penelitian ini, sejauh ini peneliti belum menemukan secara spesifik mengenai etika dan nalar komunikasi dalam sosial media *facebook* dalam perspektif Hannah Arendt, sejauh mana peneliti hanya menemukan pembahasan pada media massa saja bukan pada sosial media *facebook* secara spesifik. Namun peneliti menemukan beberapa literatur baik dalam bentuk buku, jurnal, internet. Namun terdapat beberapa referensi yang relevan sesuai terkait dengan penelitian yang akan dijadikan acuan dalam referensi diantaranya :

Pertama, karya Hannah Arendt (1958), dengan judul “*The Human Condition*” yang dikeluarkan oleh The Univesity Chichago Press. Dalam buku ini memuat mengenai pokok-pokok pemikiran Hannah Arendt termasuk salah satu pemikiran yang bernuansakan etika politiknya. Dalam buku ini terdiri dari enam bab, yang mana setiap bab menjelaskan kerangka

sistematis pemikiran Hannah Arendt mengenai *vita activa* dan keadaan dalam era modern.

Kedua, karya dari Hannah Arendt yang diterjemahkan oleh J.M. Soebijanta (1995), yang berjudul “Asal usul Totalitarianisme” yang diterbitkan oleh yayasan obor. Dalam buku ini memuat mengenai potret-potret yang dilakukan oleh rezim Nazi pada masa Hitler kepada kaum Yahudi. Buku ini menjelaskan bagaimana kekejaman Nazi dengan ideologi fasismenya yang menghancurkan nilai-nilai kemanusiaan.

Ketiga, karya Yosef Keladu Koten (2018), dengan judul “Etika Keduniawian Karakter Etis Pemikiran Hannah Arendt” yang dikeluarkan oleh penerbit Ledalero. Buku ini sesungguhnya bisa dikatakan sebagai buku rekonstruksi dari pemikiran Hannah Arendt yang terpatri dalam satu karya ini. Dalam buku ini memuat mengenai pemikiran politik Hannah Arendt serta isu yang terjadi di Indonesia dengan menggunakan kacamatan pemikiran politik dan etika keduniawian Hannah Arendt.

Keempat, buku karya Afif Rivai (2012) yang berjudul "Etika Politik Catatan Kritis Berpolitiknya Parpol di Indonesia". Buku ini sesungguhnya merupakan kumpulan tulisan yang dimuat dalam beberapa media massa selama kurun waktu empat tahun. Kemudian tulisan ini dimuat kedalam bentuk sebuah buku. Dalam buku ini berisikan mengenai catatan-catatan partai politik di Indonesia selama kurun waktu empat tahun yang mana buku ini berusaha untuk menekankan aspek moral-etik dan sebagai media refleksi

untuk kembali menyadari bahwa moral etik sangat diperlukan dalam berlangsungnya kelangsungan berpolitik.

Dengan kata lain penelitian ini merupakan orisinal dan belum ada yang meneliti sejauh mana peneliti telah melakukan studi pustaka sebelumnya.

E. Kerangka Teori

Dalam penelitian ini menggunakan teori etika politik perspektif Hannah Arendt, untuk menganalisis permasalahan yang berkenaan dengan isu politik yang terkait dengan penyebaran informasi verbal baik berupa tulisan, gambar maupun video yang dimuat ke jejaring sosial media *facebook* oleh gerakan #2019GantiPresiden terkait dengan isu pro dan kontra yang dimuat kedalam *facebook* tersebut yang terjadi dalam kalangan *netizen facebook* sehingga menimbulkan gesekan dan perpecahan seperti mencemarkan nama baik seseorang, hujatan yang berimplikasi kepada Suku, Agama, Ras dan Antar golongan (SARA) antara *netizen* satu dengan yang lainnya yang memanfaatkan momen tersebut untuk merebut hati publik khususnya *netizen* yang aktif di media sosial *facebook*. Oleh karena itu peneliti akan menggunakan kacamata etika untuk memahami fenomena tersebut dengan mempertimbangkan aspek-aspek tanggung jawab menurut Hannah Arendt.

1. Etika

Etika berasal dari bahasa Yunani kuno "*ethos*" dalam bentuk tunggal mempunyai banyak arti : tempat tinggal yang biasa; padang rumput, kandang, habitat; kebiasaan, adat; akhlak, watak; perasaan, sikap, cara berpikir. Dalam bentuk jamak (*ta etha*) yang berarti adat kebiasaan. Dari arti terakhir inilah yang menjadi latar belakang bagi terbentuknya istilah "etika" yang oleh filsuf Yunani besar Aristoteles (384-322 SM) untuk menunjukkan filsafat moral. Jika membatasi diri pada asal usul kata ini, maka "etika" yaitu ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau tentang ilmu tentang adat kebiasaan. Dengan memakai istilah modern, dapat dikatakan juga bahwa etika membahas mengenai "konvensi-konvensi sosial" yang ditemukan dalam masyarakat.⁷

Menurut Franz Magnis Suseno dalam bukunya yang berjudul "Etika Dasar Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral", etika bukan suatu sumber tambahan bagi ajaran moral, melainkan merupakan filsafat atau pemikiran kritis yang mendasar mengenai ajaran-ajaran dan pandangan-pandangan moral. Etika adalah sebuah ilmu bukan sebuah ajaran. Jadi etika dan ajaran-ajaran moral tidak berada di tingkat yang sama. Yang mengatakan bagaimana kita harus hidup, bukan etika melainkan ajaran moral. Etika mau mengerti mengapa kita harus mengikuti ajaran moral tertentu, atau

⁷ K. Bertens, Etika, (Yogyakarta: PT. Kanisius, 2013), hlm. 4.

bagaimana kita dapat mengambil sikap yang bertanggung jawab berhadapan dengan berbagai ajaran moral⁸.

Bertolak dari definisi diatas menurut Hannah Arendt dalam etika politiknya mengandaikan pemikiran artau pemahaman, yang berbeda dengan indoktrinasi atau ideologi. Dalam berpikir kita mereflesikan segala sesuatu yang ada didunia (yang dimaksudkan dunia menurut Arendt adalah segala tindakan). Karena itu, berpikir adalah aktivitas yang mampu mengkondisikan eksistensi diri sendiri.⁹

Tampak jelas dari paparan tersebut bahwa Etika merupakan bukan mempertanyakan bagaimana kita harus hidup melainkan mempertanyakan kenapa kita harus mengikuti ajaran tersebut? bagaimana kita dapat mengambil sikap bertanggung jawab dalam memahami fenomena isu politik yang terjadi pada masa kini tepatnya kampanye pemilihan umum presiden 2019. Dengan mempertimbangkan hal tersebut penulis berharap agar dapat menganalisis permasalahan pro dan kontra yang terkait dengan isu politik yang dikemukakan oleh gerakan tagar #2019GantiPresiden tersebut.

Dalam pembahasan etika yang begitu luas, dalam hal ini peneliti akan membatasi teori etika hanya berfokus pada beberapa

⁸ Franz Magnis Suseno, *Etika Dasar Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral*, hlm. 14.

⁹ Yosef Keladu Koten, *Etika Keduniawian Karkter Etis Pemikiran Politik Hannah Arendt*, hlm. 15.

teori termuat dalam etika yang terkait dengan tanggung jawab untuk membaca permasalahan penelitian ini yang tujuannya agar penulis dapat berfokus pada penelitian agar hasil yang didapatkan sesuai yang diharapkan penulis.

F. Metode Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan terjun langsung pada lokasi permasalahan yakni peneliti terjun langsung dan bergabung menjadi salah satu *netizen* pengguna akun *facebook* yang tujuannya untuk memahami fenomena-fenomena isu politik yang terjadi pada *netizen* facebook. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara dan pengamatan secara tidak langsung yakni dengan bantuan media *facebook*. Selain itu peneliti juga menggunakan data-data literatur sebagai penunjang dalam penelitian ini.

b. Subjek Penelitian

Dalam suatu penelitian khususnya penelitian lapangan (*field research*) perlunya menentukan subjek yang akan diteliti. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek dan akan berfokus pada gerakan tagar #2019GantiPresiden sebagai komunikator serta *netizen* yang

menjadi responden dalam memahami informasi yang didapat dari sumber.

c. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua sumber diantaranya :

1. Data Primer

Data primer merupakan data pertama dan terpenting dalam penelitian. data ini didapat dari hasil mengumpulkan data dari jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan yang telah diajukan oleh peneliti dalam bentuk wawancara dengan tujuan agar mampu mendapatkan informasi yang mendalam langsung dari *netizen*. Data primer juga didapat dari hasil pengamatan yang ditujukan kepada *netizen facebook* mengenai isu politik pro dan kontra terkait dengan informasi yang diposting dalam sosial media *facebook* yang bersumber pada gerakan tagar #2019GantiPresiden. Dalam proses wawancara ini lebih bersifat mendalam (*in-deph* interview) dengan bentuk pola tanya jawab berlangsung cair dan dikemas dalam sebuah percakapan bebas namun sesuai dengan koridor tema yang telah ditentukan oleh peneliti.¹⁰

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data kedua yang terkait dengan masalah penelitian atau sebagai data penunjang dalam penelitian.

¹⁰ Roni Tabroni, *Etika Komunikasi Politik dalam Ruang Media Massa*, hlm. 108.

Data yang digunakan penulis terkait dengan penelitian ini dengan melakukan studi pustaka dengan mengumpulkan literatur seperti buku, jurnal & artikel di internet yang terkait dengan penelitian ini yang tujuannya untuk mempertajam data sekaligus melengkapi dari data-data primer.

d. Teknik Pengumpulan Data

Dalam proses kajian penelitian ini, penulis melakukan pengumpulan data guna memperoleh informasi ataupun data-data yang dibutuhkan dalam rangka menunjang tujuan penelitian. Mengingat sumber data yang diperoleh baik secara langsung maupun tidak langsung yang dilakukan penulis dalam jejaring sosial media *facebook* untuk itu peneliti menggunakan dua pola pengumpulan data yang diantaranya sebagai berikut :

1. Wawancara

Dalam pengumpulan data, hanya mengamati fenomena yang terjadi langsung pada *netizen* sosial media facebook saja tidak akan cukup. Mengamati pola interaksi *netizen* serta berbagai kegiatannya tidak akan maksimal dan tidak akan mengungkap secara holistik data-data yang diperoleh.¹¹ Wawancara merupakan suatu proses tanya jawab secara lisan antara interviewer (orang yang menginterview) dengan interviewee (orang yang diinterview)¹².

¹¹ Kaelan, Metode Penelitian Kualitatif bidang Filsafat, hlm. 197.

¹² Sukandarrumidi, Haryanto, Dasar-Dasar Penulisan Proposal Penelitian, hlm. 45.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan penelitian ini berbasis kontak tidak langsung yakni memanfaatkan media jejaring sosial *facebook*. Namun wawancara ini berlangsung secara intensif antara peneliti dengan pengguna akun *facebook* lainnya. Untuk menentukan jumlah ideal informan ditentukan pada saat peneliti mengadakan penelitian lapangan dengan menggunakan teknik *purposif* yakni hanya berpatokan kepada kecukupan data. Hal ini diperlukan guna memperoleh deskripsi serta mealcak informasi yang ada, kemudian peneliti menghentikan pencarian informasi dari informan karena informasi (data telah jenuh) atau sudah terjadi replikasi perolehan informasi¹³.

2. Observasi

Observasi adalah melakukan pengamatan dan pencatatan suatu obyek secara sistematis untuk menangkap fenomena yang diselidiki. Observasi dapat dilakukan sesaat atau berulang¹⁴. Dalam penelitian ini, peneliti hanya membatasi hanya pada ruang yang dituju oleh penulis yakni gerakan tagar #2019GantiPresiden serta *netizen facebook* yang akan diamati. Setelah penulis terjun langsung mengamati dan memahami pola komunikasi *netizen* terkait dengan isu politik yang biasanya *netizen* bagikan dalam bentuk komunikasi verbal baik itu berupa teks, gambar maupun video.

¹³ Roni Tabroni, *Etika Komunikasi Politik dalam Ruang Media Massa*, hlm. 108.

¹⁴ Sukandarrumidi, Haryanto, *Dasar-Dasar Penulisan Proposal Penelitian*, hlm. 35.

Penulis juga menyesuaikan diri dengan keadaan dan kondisi yang akan diteliti. Dengan melakukan adaptasi atau penyesuaian diri dengan *netizen* akan terlaksana dengan baik dan tingkat objektivitasnya akan semakin tinggi.¹⁵

G. Metode dan Analisis Data

Data yang diperoleh dilapangan ditulis atau diketik dalam bentuk uraian atau laporan yang terinci. dari sekian laporan dan data yang masuk kemudian dirangkum, dipilih-pilih hal-hal yang pokok difokuskan terkait dengan penelitian.¹⁶ Dalam metode penelitian ini mula-mula penulis mengumpulkan data melalui pengamatan dan wawancara kemudian peneliti menyusun secara sistematis dengan mengelompokkan data-data mana yang didapat dari wawancara kemudian diklasifikasikan data tersebut mana yang perlu dijadikan sebagai acuan dalam data yang disebut dengan reduksi data.

Kemudian disintesis dengan hasil data pengamatan dan wawancara yang dipadukan menjadi satu data. Yang kemudian data tersebut diolah dengan analisis deksriptif-analisis yakni menggambarkan pola komunikasi gerakan tagar #2019GantiPresiden dalam kegiatan kampanye di sosial media *facebook* dan pola nalar *netizen* dalam menyikapi isu politik tersebut kemudian dianalisis dengan pendekatan filosofis yakni dengan etika perspektif Hannah Arendt sebagai pisau analisis dalam memahami

¹⁵ Kaelan, Metode Penelitian Kualitatif bidang Filsafat (Yogyakarta: Paradigma, 2005), hlm. 180.

¹⁶ Kaelan, Metode Penelitian Kualitatif bidang Filsafat, hlm. 211.

fenomena tersebut dengan teori politiknya yang dikenal dengan *worldlesness*.

H. Sitematika Pembahasan

Untuk mempermudah sistematika pembahasan maka sistematika penulisannya disusun sebagai berikut:

BAB I merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, telaah pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II memuat mengenai konsep teori mengenai Hannah Arendt untuk menganalisis permasalahan dalam penelitian ini yang meliputi biografi Hannah Arendt, pandangan politik menurut Hannah Arendt, tanggung jawab menurut Hannah Arendt, *worldlessness* menurut Hannah Arendt. Dalam bab ini akan menjadi pengantar untuk analisis dalam memahami permasalahan dalam penelitian.

BAB III meliputi gambaran umum pemilihan umum 2019 dan perkembangan politik di sosial media facebook. Dalam bab ini memuat selayang pandang pemilu 2019, bentuk kampanye pemilu 2019, serta makna komunikasi politik.

BAB IV merupakan analisis nalar komunikasi politik dalam sosial media *facebook*, yang terdiri dari sub bab diantaranya pola nalar komunikasi politik gerakan #2019GantiPresiden, peranan etika dalam

komunikasi politik, hakikat politik gerakan #2019GantiPresiden perspektif Hannah Arendt.

BAB V merupakan penutup dalam uraian penelitian ini. Dalam bab ini akan diuraikan substansi dari pembahasan penelitian ini yakni kesimpulan serta saran yang tujuannya agar penelitian selanjutnya dapat lebih baik lagi dan dapat dikembangkan lagi dengan penelitian terkait.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah meneliti dan mengkaji persamasalahan yang timbul dari pola nalar komunikasi politik gerakan #2019GantiPresiden dalam menggunakan perspektif Hannah Arendt diantaranya sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengamatan dan data yang diperoleh tercatat bahwa dalam proses komunikasi politik gerakan #2019GantiPresiden menggunakan dua pola nalar komunikasi yakni komunikasi politik berbentuk kampanye negatif (*negative campaign*) dan kampanye hitam (*black campaign*). Dalam proses membangun wacana dan mengembangkan isu-isu dalam khalayak publik, gerakan #2019GantiPresiden memproduksi wacana berupa kegagalan kebijakan pemerintahan serta mendekonstruksi citra politik Joko Widodo baik terkait isu agama, isu pengesahan UU LGBTG, nilai kurs mata uang rupiah yang melemah terhadap dollar, terkait dengan lapangan kerja serta tenaga kerja asing, isu hutang luar negeri dan isu terkait lainnya yang kemudian isu-isu tersebut dikemas dan didekonstruksi dalam bentuk informasi baru dengan cenderung mengkaburkan data dan informasi yang tidak sebenarnya. Informasi yang diperoleh tidak sedikit *netizen* yang mempercayai hal tersebut yang kemudian diunggah kepada

netizen lainya yang dapat menggiring netizen menjadi korban sekaligus menjadi objek penjahat. Yang hal ini membangun sentimen dan emosional *netizen* yang berujung pada ujaran kebencian (*hate speech*) dan hakikat kampanye bukanlah sebuah *homo homini lupus* (ladang pembantain bagi sesama bangsa). Hal ini yang menjadi hilangnya kesadaran masyarakat dalam memahami situasi yang konkret dan hilangnya nalar kebangsaan yang dapat mengancam stabilitas dan sensibilitas sesama bangsa. Hal ini tidak terlepas oleh elit politik dalam mengkonstruksi suatu wacana dalam publik yang tampaknya jauh dari nilai-nilai etis aturan main yang diabaikan tanpa menegedepankan standar-standar etis untuk kepentingan bangsa. Elit politik dalam membangun citra menghalalkan segala cara demi mendapatkan tampuk kekuasaan dalam kursi pemerintahan.

2. Dalam hal tersebut Arendt menawarkan konsep mengenai etika keduniawian yang mana dalam memahami fenomena yang terjadi dalam kalangan *netizen* dalam menyikapi isu-isu politik yang diunggah oleh gerakan #2019GantiPresiden menyebutnya sebagai suatu kegagalan dalam berpikir dan bertindak yang dapat menyebabkan orang terorganisir dan menjadi korban sekaligus penjahat. Oleh karena itu Arendt menyebutnya sebagai suatu kejahatan. Oleh karena itu Arendt menawarkan dalam pemikiran etika keduniawianya mengenai tanggung jawab dan menjauhkan diri dari suatu kejahatan. Agar tidak terjadi lagi suatu kejahatan kiranya perlu memahami situasi dan orientasi tertentu

dengan menyeluruh Karena dengan memahami implikasi universal sebuah pengalaman partikular kejahatan akan mendeteksi gejala awal dan berusaha mencegah terjadinya peristiwa yang sama. Dengan begitu Arendt mengajak kita untuk memahami suatu fenomena dengan kritis dan menyeluruh agar pemikiran yang kita dapatkan objektif, argumentatif & rasional yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Tidak terjebak dalam prasangka ataupun apriori, penilaian sentimen dan emosional. Selain itu pentingnya berpikir mengenai orang lain untuk memasukan kedalam diri karena apa yang menjadi tindakan kita akan berpengaruh terhadap yang lainnya sebagaimana *netizen* dalam menyikapi informasi dalam sosial media *facebook*.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam memahami pola nalar komunikasi politik gerakan #2019GantiPresiden khususnya *netizen* pengguna akun *facebook* agar lebih bijak dalam menyampaikan pesan, mengunggah postingan kedalam *facebook* dan lebih bijak dalam menggunakan *faecbook* dan lebih kritis lagi dalam menyikapi isu-isu yang bermunculan dalam sosial media.

Semoga dengan adanya skripsi ini juga dapat dijadikan suatu rujukan atau tinjauan dalam penelitian lebih lanjut ataupun pengembangan pemikiran dari Hannah Arendt mengenai politik dan etika keduniawianya dalam menyikapi isu-isu politik khususnya yang terjadi di Indonesia.

Penulis berharap juga dengan adanya tulisan ini dapat berkembang literatur-literatur terkait Hannah Arendt dalam bentuk bahasa Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Nugroho, Alois. *Komunikasi & Demokrasi Esai-Esai Etika Komunikasi Politik*. Yogyakarta: PT. Kanisius, 2016.
- Amir Piliang, Yasraf. *Hiper Moralitas Mengadili Bayang-Bayang*. Yogyakarta: Belukar, 2003.
- Arendt, Hannah. *The Human Condition*. Chicago: The Chicago Press. 1958
_____, terj. J.M. Soebijanta. *Asal Usul Totalitarianisme*. Yogyakarta: Yayasan Obor. 1995.
- Arifin, Anwar. *Komunikasi Politik Filsafat – Paradigma – Teori – Tujuan – Strategi – dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2011.
- Bertens, K. *Etika*. Yogyakarta: PT. Kanisius, 2013.
- Budiarjo, Miriam. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2018.
- Haryanto, Sukandarrumidi dan Haryanto. *Dasar-Dasar Penulisan Proposal Penelitian*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. 2008.
- Hasrullah. *Pertarungan Elite Dalam Bingkai Media*. Yogyakarta: Adil Media. 2010
- Hipludin, Agus. *Politik Era Digital*. Yogyakarta: Caripulis, 2017.
- Ihsan, Bakir. *Etika dan logika Berpolitik Wacana Kritis atas Etika Politik, Kekuasaan, dan Demokrasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2009.
- Kaelan. *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat*. Yogyakarta: Paradigma 2005.
- Keladu koten, Yosef. *Etika Keduniawian Karakter Etis Pemikiran Politik Hannah Arendt*. Maumere: Ledalero, 2018.
- Magnis Suseno, Franz. *Etika Dasar Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral* Yogyakarta: PT. Kanisius, 1987.
- _____, *Etika Politik Prinsip Moral Dasar Kenegaraan Modern*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2018.
- Nimmo, Dan. *Komunikasi Politik Khalayak dan Efek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2010.

Pureklolon, Thomas Tokan. *Komunikasi Politik: Mempertahankan Integritas Akademisi, Politikus, dan Negarawan*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. 2018.

Rivai, Afiv. *Etika Politik: Catatan Krisis Berpolitiknya Parpol di Indonesia*. Tangerang: Pustaka AuFa. 2012.

Tabroni, Roni. *Etika Komunikasi Politik Dalam Ruang Media Massa*. Bandung: Universitas Sangga Buana. 2012.

Skripsi

Ansyah, Fahri. *Kebebasan Beragama di Indonesia Perspektif Teori Ruang Publik dan Ruang Privat Hannah Arendt*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2009.

Jurnal

Betz, Joseph. *An Introduction To The Thought of Hannah Arendt*. Indiana University Prss. Vol. 28. 1996.

Sherly Nelsa Fitri. *Pro Kontra Gerakan Tagar #2019GantiPresiden Sebagai Sarana Kampanye dalam Pemilu*. Semarang: Seminar Nasional Hukum Universitas Negeri Semarang, Vol. 4 No. 2. 2018.

Damanik, Erond Litno. *Hastag #2019GantiPresiden Sentimen Anti-Petahana dan Orientasi politik Pemilih Pemula Menghadapi Pilpres 2019 di Pematangsiantar*, Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial politik UMA. 2018.

Vila, Dana. *Hannah Arendt*. Cambridge University Press Vol. 71 No. 1. 2009.

World Policy Journal. Hannah Arendt. Duke University Press. Vol. 23 No. 4. 2006.

Internet

Chandra Septia, Rizki. *Indonesia Pengguna Facebook Terbanyak ke-4 di Dunia di* <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/02/08181617/indonesia-penggunafacebook-terbanyak-ke-4-di-dunia> (diakses pada 1 Oktober 2018).

Nistanto, Reska K.. *Riset: Penetrasi Internet Indonesia Naik Jadi 56 Persen*. <https://tekno.kompas.com/read/2019/02/04/11420097/riset-penetrasi-internet-indonesia-naik-jadi-56-persen>. (diakses pada 16 april 2019).

Putri, Wahyunanda Kusuma. *Facebook Jadi Medsos Paling di Gemari di Indonesia*. <https://tekno.kompas.com/read/2019/02/05/11080097/facebook-jadi-medsos-paling-digemari-di-indonesia>. (diakses pada 18 April 2019).

Rachman, Dylan Aprialdo. Pemilu 2019, Jumlah Kursi Anggota DPRD Berjumlah 19.817”, <https://nasional.kompas.com/read/2018/04/18/13240581/pemilu-2019-jumlah-kursi-anggota-dprd-berjumlah-19817> (diakses pada 10 April 2019).

<https://www.kpu.go.id>. (diakses pada 10 April 2019)

https://bawaslu.go.id/sites/default/files/hasil_pengawasan/Hasil%20Pengawasan%20Kampanye%20Pemilu (diakses pada 10 April 2019).