

PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK DI MEDIA SOSIAL TWITTER DALAM PEMENANGAN KANDIDAT CALON GUBERNUR DAN WAKIL GUBERNUR PADA PILKADA DKI JAKARTA 2017

**(Studi di Posko Kemenangan Agus-Sylvi, Rumah Lembang, dan Roemah
Joeang)**



**AGITA TRIA ANGGRAENI
4115137052**

**Skripsi ini Ditulis untuk Memenuhi Persyaratan dalam Mendapatkan Gelar Sarjana
Pendidikan**

**PENDIDIKAN PANCASILA DAN
KEWARGANEGARAAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2017**

ABSTRAK

Agita Tria Anggraeni, Pembentukan Opini Publik di Media Sosial Twitter dalam Pemenangan Kandidat Calon Gubernur Dan Wakil Gubernur Pada Pilkada DKI Jakarta 2017. Skripsi, Jakarta: Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini didasarkan pada hadirnya *spin doctor* dalam membentuk opini publik bagi warga DKI Jakarta yang sebagian besar sudah bisa ikut berpartisipasi dalam Pemilu calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta 2017.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan tipe penelitian ini menggunakan data kualitatif untuk menjelaskan fenomena yang sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data dengan mengutamakan kualitas subjek penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemenangan salah seorang kandidat dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta sangat ditentukan oleh kemampuan tim *spin doctor* dalam menyusun dan mengimplementasikan strategikomunikasi dalam membentuk dan mempromosikan image melalui pesan-pesan politik kepada khalayak yang bersifat informatif dan persuasif.

Kata Kunci: Spin doctor, opini public, media social twitter, Pilkada DKI 2017

ABSTRACT

Agita Tria Anggraeni, Pembentukan Opini Publik di Media Sosial Twitter dalam Pemenangan Kandidat Calon Gubernur Dan Wakil Gubernur Pada Pilkada DKI Jakarta 2017. Skripsi, Jakarta: Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.

This research is based on the presence of spin doctor in forming public opinion for Jakarta citizen who mostly have been able to participate in General Election of governor candidate and vice governor of DKI Jakarta 2017.

This research uses descriptive method by using qualitative approach. While this type of research uses qualitative data to explain the deep phenomenon through data collection by prioritizing the quality of research subjects.

The results show that the victory of one candidate in the election of Governor and Vice Governor of DKI Jakarta is determined by the ability of the spin doctor team in preparing and implementing the strategy of communication in shaping and promoting the image through political messages to informative and persuasive audience.

Keywords : Spin doctor, opini public, media social twitter, Pilkada DKI 2017



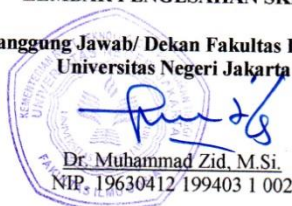
*Building
Future
Leaders*

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL**

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telp. (62-21) 29266139, 29266138, 4890046 Ext. 203, 47882930, 4890108, 4753655,
Fax. (62-21) 47882930, 4753655

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**Penanggung Jawab/ Dekan Fakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri Jakarta**



Dr. Muhammad Zid, M.Si.
NIP. 196304121994031002

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Drs. H. Suhadi, M.Si</u> Ketua		9-8-2017
2.	<u>Irawaty, Ph.D.</u> Sekretaris		9-8-2017
3.	<u>Dr. M. Japar, M.Si</u> Pembimbing I		9-8-2017
4.	<u>Dwi Afrimetty Timoera, S.H, M.H.</u> Pembimbing II		9-8-2017
5.	<u>Yasnita Yasin, S.Pd, M.Si</u> Penguji Ahli		9-8-2017

Tanggal Lulus: 21 Juli 2017

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Agita Tria Anggraeni

Nomor Registrasi : 4115137052

Tanda Tangan :

Tanggal Lulus :



PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agita Tria Anggraeni
No. Registrasi : 4115137052
Program Studi : Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan
Fakultas : Ilmu Sosial
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non Eksklusif Royalty Free Right)** atas Skripsi saya yang berjudul : "**PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK DI MEDIA SOSIAL TWITTER DALAM PEMENANGAN KANDIDAT CALON GUBERNUR DAN WAKIL GUBERNUR PADA PILKADA DKI JAKARTA 2017.**"

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti *Non eksklusif* ini Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta,
Pada tanggal : 6 Juli 2017

Yang Menyatakan,



Agita Tria Anggraeni

MOTTO

If you believe in yourself, anything is possible.

Jika kamu merasa tidak mampu melakukan sesuatu, kamu benar-benar tidak akan bisa melakukannya. Sebaliknya, kamu akan menemukan jalan keluar selama kamu merasa optimis. (Eleanor Roosevelt)

Never give up on anybody, miracles happen everyday.

LEMBAR PERSEMBAHAN

Saya persembahkan karya tulisan ini kepada Alm. Papa, Mama, kedua kakak dan adik tercinta. Mereka adalah anugerah terindah yang Allah SWT berikan kepada saya.

They are such a God's gift to me, as I am to them. Mereka adalah tempat saya untuk berbagi, mencurahkan segala keluh kesah, dan alasan saya untuk meraih cita-cita.

And home is where you're surrounded by other creatures that care about you, dan bagi saya, mereka adalah rumah terbaik.



Agita Triá Anggraeni

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat merampungkan Skripsi dengan judul: Pembentukan Opini Publik di Media Sosial Twitter dalam Pemenangan Kandidat Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Pada Pilkada DKI Jakarta 2017

Penghargaan dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ayah Sofyan dan Ibu Sri Nursini serta kakak Muhammad Surya Wikarta yang telah mencurahkan segenap cinta dan kasih sayang serta perhatian moril maupun materil. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan Rahmat, Kesehatan, Karunia dan keberkahan di dunia dan di akhirat atas kebaikannya yang telah diberikan kepada penulis.

Penghargaan dan terima kasih penulis berikan kepada :

1. Drs. H. Suhadi, M.Si selaku Ketua Prodi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. M. Japar, M.Si, selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing dan membantu menyelesaikan skripsi ini.
3. Dwi Afrimetty Timoera, M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dan membantu menyelesaikan skripsi ini.
4. Serta dosen-dosen lainnya yang telah memberikan motivasi dan pelajaran selama saya berada di bangku perkuliahan.
5. Terima kasih juga kepada bapak dan ibu, serta kakak-kakak mahasiswa yang menyediakan waktunya untuk diwawancarai.
6. Terimakasih kepada Kak Noudhy Valdryno, Kak Rizki AlJupri dan Mas Zaenal atas kesediaan waktunya.
7. Terimakasih kepada sahabat-sahabat saya, Ayuzha dan Sarah yang selalu meluangkan waktunya untuk saya berkeluh kesah, selalu memotivasi dan memberikan dorongan selama proses skripsi ini.
8. Terimakasih kepada sahabat-sahabat saya, Difla, Ovietha, Ucum, Nurul, Nova, Ninid yang selalu memberikan semangat dan pelajaran untuk selalu menjadi pribadi yang lebih baik lagi.
9. Terimakasih kepada Febiana, Nana, Ical dan Esa atas semua bentuk kebaikan dan kesabarannya menghadapi saya selama 4 tahun ini, terutama saat penyelesaian skripsi ini.
10. Terimakasih kepada sesama teman metode Kualitatif yang telah bekerja sama, berdiskusi, dan berpikir dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Tak lupa teman-teman PPKn B 2013 yang telah mengisi masa-masa kuliah selama 4 tahun, semoga kita menjadi pribadi yang berguna bagi bangsa dan negara.

12. Terimakasih juga untuk sahabat-sahabat saya member Ukhti Soleha Neneng, Winda, Fiki, Diah, Sarah, Febiana, Ratna, Lulu, Pinkan dan Husaina sebagai penghibur, motivator, tempat bertukar pikiran dan segalanya yang telah mengisi hari-hari perkuliahan, semoga sukses selalu.
13. Dan terakhir, penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada Ramli Ardi Yahya atas kebaikan, kesabaran dan ketulusannya dalam menjalani proses bersama 4 tahun terakhir ini. You don't have to be great to start, but you have to start to be great. Semoga sukses selalu, Ram!

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaannya dan semoga bermanfaat bagi kita semua. Amiin

Jakarta, 6 Juli 2017

Agita Tria Anggraeni

DAFTAR ISI

ABSTRAK	2
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSEMBAHAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	8
DAFTAR ISI	10
DAFTAR TABEL	12
DAFTAR GAMBAR	13
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	7
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	8
D. Perumusan Masalah	8
E. Kegunaan Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Spin Doctor	10
a. Political Spin	10
b. Spin Doctor	12
B. Opini Publik	17
C. Media Sosial Twitter	29
D. Pemilu	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
A. Tujuan Penelitian	35
B. Metode Penelitian	35
C. Penentuan “Setting”	36

D. Langkah-langkah Penelitian.....	36
1. Observasi	36
2. Wawancara	37
3. Dokumentasi.....	37
E. Informan dan Key Informan.....	38
F. Expert Opinion.....	38
G. Teknik Kaliberasi Keabsahan Data	39
1. <i>Data Reduction</i> (reduksi data).....	41
2. <i>Data Display</i> (Penyajian data)	41
3. <i>Conclusion Drawing/Verification</i>	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	42
1. Sasaran.....	45
2. Tujuan dan Fungsi	45
3. Dasar Hukum.....	45
4. Indikator Keberhasilan	46
B. Sumber Informasi.....	46
C. Temuan Penelitian	47
D. Pembahasan.....	48
E. Keterbatasan Penelitian.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR TABEL

Table 1. Terbentuknya Opini Publik.....	27
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Posko Kemenangan Agus-Sylvi.....	42
Gambar 2. Posko Kemenangan Ahok-Djarot (Rumah Lembang)	43
Gambar 3. Posko Kemenangan Anies-Sandi (Roemah Joeang)	44

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media lahir dan hadir menghapus penghalang yang ada pada media tradisional. Media khususnya media televisi membawa berbagai macam ruang satu kedalam ruang lainnya. Termasuk menggiring ruang politik kedalam ruang pribadi, atau sebaliknya membawa ruang elit kedalam ruang publik. Dalam beberapa kasus, tidak sedikit ruang sosial yang tercipta di pengadilan tergiring kedalam bentuk ruang media, dengan kata lain realitas sosial ditarik kedalam realitas media.

Media memiliki andil menciptakan panggung-panggung sosial. Panggung-panggung sosial yang tadinya miskin perhatian, oleh media mendadak berubah menjadi terkenal hanya dengan perantara digital disertai dengan perubahan format dialog bisa menjadi diskusi yang interaktif. Namun demikian, tidak jarang diskusi publik menjadi forum-forum politis dengan daya dukung pendapat dari publik topik-topik tertentu. Dari sekian banyak media, sosial media lah yang paling berpengaruh terhadap eksistensi seseorang. Media pulalah yang yang menjadi wadah bagi masyarakat untuk melakukan kegiatan komunikasi politik.

Media massa sebagai sarana komunikasi politik mempunyai peranan yang sangat penting, yaitu sebagai publisitas politik terhadap masyarakat luas. Tujuan media komunikasi politik adalah khalayak mengetahui agenda politik, setelah itu menaruh simpati, dan menjatuhkan pilihannya kepada partai politik tertentu. Media massa sebagai sarana untuk menyampaikan pesan-pesan terutama mengenai politik, akan mempermudah komunikator politik dalam menyampaikan dan memperkenalkan siapa dirinya kepada khalayak.

Maraknya pengguna media sosial yang bebas menjadikan wilayah ini sebagai *public sphere* yang relatif fenomenal. *Social media* disukai dan digunakan secara aktif dalam politik mengingat media ini bisa dipakai oleh siapapun. Ada kebebasan, ada partisipasi dan jangkauannya pun semakin meluas dan terinterkoneksi. Di media sosial juga sulit dibedakan mana informasi yang benar, dan informasi yang sengaja hasil rekayasa untuk tujuan propaganda.

Komunikasi politik bisa dikatakan sebagai aspek yang selalu dapat ditemui dalam setiap aktivitas politik. Komunikasi politik berarti komunikasi yang terjadi didalam sebuah sistem politik. Ia bisa berbentuk penyampaian pesan-pesan yang berdampak politik dari penguasa politik bagi rakyat banyak atau penyampaian dukungan tau tuntutan oleh rakyat bagi penguasa politik. Menurut seorang pakar politik, Maswadi Rauf, komunikasi politik dapat berupa objek kajian ilmu politik karena pesan-pesan yang diungkapkan dalam

proses komunikasi bercirikan politik, yaitu berkaitan dengan kekuasaan politik negara, pemerintahan, dan juga aktivitas komunikator dalam kedudukan sebagai pelaku kegiatan politik. Dengan komunikasi politik pula kita dapat melihat bagaimana pengaruh komunikasi politik tersebut terhadap tingkat partisipasi politik. Salah satunya dengan adanya kegiatan pemilihan kepala daerah (Pilkada).¹

Pilkada merupakan pesta demokrasi rakyat dalam memilih kepala daerah beserta wakilnya yang berasal dari usulan partai politik tertentu, gabungan partai politik atau secara independen dan yang telah memenuhi persyaratan.² Pasca reformasi, demokrasi Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Peningkatan partisipasi publik dalam kehidupan berbangsa dan bernegara disalurkan melalui pengaturan mekanisme yang semakin mencerminkan prinsip keterbukaan dan persamaan bagi segenap warga Negara. Salah satu bentuknya adalah pelaksanaan pemilihan kepala daerah (pilkada).

Sejak berlakunya Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2007 tentang Penyelenggara Pemilihan Umum, pilkada dimasukkan dalam rezim pemilu, sehingga secara resmi bernama Pemilihan Umum, Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah atau disingkat Pemilukada. Pemilihan umum kepala daerah

¹Harun, Rochajat dan Sumarno, A.P. (2006). *Komunikasi Politik sebagai Suatu Pengantar*. Penerbit CV Mandar Maju: Bandung. h. 80

²*Ibid*, hal. 80

pertama yang diselenggarakan berdasarkan undang-undang ini adalah Pilkada DKI Jakarta 2007. Pada tahun 2011, terbit undang-undang baru mengenai penyelenggara pemilihan umum yaitu Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2011. Di dalam undang-undang ini, istilah yang digunakan adalah Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Wali Kota.

Bagi warga Jakarta, Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) 2017 ini merupakan suatu momentum yang bersejarah dan harus diikuti. Meski pemilihan kepala daerah untuk memperebutkan kursi nomor satu di ibukota Indonesia akan digelar tahun 2017, namun gegap gempitanya sudah terasa dari sekarang. Saat ini sudah ada tiga calon pasangan yang diusung. Pertama, pasangan Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) dan Djarot Saiful Hidayat yang didukung PDI Perjuangan, Partai Golkar, NasDem dan Hanura. Kedua, pasangan calon ini merupakan poros Cikeas yang terdiri dari Partai Demokrat, PKB, PAN, dan PPP.

Koalisi ini memutuskan untuk mengusung Agus Harimurti Yudhoyono sebagai calon Gubernur DKI dan disandingkan dengan Deputi Gubernur DKI Jakarta Bidang Pariwisata dan Budaya, Sylviana Murni. Ketiga, adalah pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta yang diusung oleh koalisi PKS dan Gerindra. Koalisi Kertanegara ini pun menunjuk Anies Baswedan sebagai calon gubernur DKI dan Sandiaga Salahuddin Uno sebagai calon wakil gubernur.

Ketiga pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI ini sedang mengikuti proses masa kampanye dan debat publik. Efektif tidaknya pasangan setiap calon ini dipengaruhi oleh siapa yang bicara atau siapa yang menyampaikan isu atau konten mengenai setiap calon pasangan. Maka, mereka membutuhkan komunikator yang handal untuk mengaktualisasikan diri mereka didepan publik.

Pada dasarnya setiap orang dapat menjadi komunikator politik, hanya bobotnya yang berbeda antara tokoh dan orang kebanyakan. Menurut Leonard Doob yang kemudian disitir oleh Nimmo, komunikator politik dapat dikategorikan dalam tiga tipologi: (1) politikus atau disingkat “*pols*”; (2) komunikator profesional atau “*pross*”; dan (3) aktivis atau disingkat “*vois*”. Dalam praktik, tidak sedikit kegiatan kampanye yang dilakukan menemui kegagalan, tetapi banyak juga yang berhasil karena dirancang dengan baik oleh seorang ahli yang berperan sebagai *Spin Doctor*.³

Spin Doctor berperan dalam pembentukan opini publik. *Spin doctor* ini diperlukan dan dibutuhkan dalam pemerintahan sebagai tameng. Tugasnya membuat sedemikian rupa agar seseorang dianggap tidak pernah salah dalam membuat pernyataan. Tugas utama *spin doctor* adalah menciptakan skenario untuk mengelabui publik. Publik harus diyakinkan dengan opini-opini yang baik.

³Nimmo, Dan D. 1993. *Komunikasi Politik*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Memahami opini seseorang, apalagi opini publik bukanlah sesuatu hal yang sederhana. Dengan sendirinya pembentukan opini publik dibentuk oleh publik yang selektif, karena itu untuk setiap masalah selalu ada publiknya sendiri-sendiri. Karena opini sendiri mempunyai kaitan yang erat dengan pendirian (*attitude*). Suatu sikap atau *attitude*; kata Cutlip dan Center⁴, adalah kecenderungan untuk memberikan respon terhadap suatu masalah stausituasi tertentu.⁵

Public opinion dalam bahasa Indonesia sering diterjemahkan dengan pendapat umum yang membentuk Opini Publik adalah sikap pribadi seseorang atau kelompoknya. Karena itu sikapnya ditentukan oleh pengalamannya, yaitu pengalaman dari dalam kelompok itu juga. Opini publik menurut William Albiq⁶ adalah suatu jumlah dari pendapat individu-individu yang diperoleh melalui perdebatan dan opini publik merupakan hasil interaksi antar individu dalam suatu publik. Emory S. Bogardus dalam *The making of Public Opinion* mengatakan opini publik hasil pengintegrasian pendapat berdasarkan diskusi dalam masyarakat demokratis.⁷

⁴Cutlip, Scott M., Allen H. Center, & Glen M. Broom. 2000, *Efective Public Relations*, 8th edition. New Jersey: Prentice Hall.

⁵ Sastropoetro, Santoso. 1990. *Komunikasi Sosial*. Bandung : Remaja Karya

⁶Albiq, William. 2007. *Public Opinion*.

⁷ Olii, Helena. 2007. *Opini Publik*. Jakarta : PT. Indeks.

B. Identifikasi Masalah

1. Apakah *spin doctor* dapat berpengaruh dalam pemenangan kandidat calon gubernur dan wakil gubernur pada Pilkada DKI Jakarta 2017?
2. Bagaimana peran *spin doctor* dalam pembentukan opini publik di media sosial *twitter*?
3. Seberapa besar hasil determinasi hubungan peranspin *doctor* dalam pembentukan opini publik di media sosial *twitter* dalam pemenangan kandidat calon gubernur dan wakil gubernur pada pilkada DKI Jakarta 2017?

C. Pembatasan Masalah

Masalah yang ditemukan begitu banyak seperti dilihat dari macam media *online* yang begitu beraneka ragam, tempat penelitian yang begitu meluas macam kegiatan dalam partisipasi politik yang sangat banyak dan objek penelitian yang amat banyak, agar mendapatkan hasil yang maksimal maka penelitian ini dibatasi oleh media *online* berupa *twitter* yang berhubungan dengan media sosial, dimana *twitter* tersebut dapat menyajikan berbagai macam berita atau informasi termasuk politik dan dalam kegiatan partisipasi politik dibatasi hanya dalam kegiatan politik dalam pemilu DKI saja.

D. Perumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang masalah, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana Peran Spin Doctor Dalam Pembentukan Opini Publik Kandidat Calon Gubernur Dan Wakil Gubernur Dalam Pemenangan Pilkada DKI 2017.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan membutuhkan. Berikut merupakan manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini, dapat digunakan sebagai acuan untuk mengembangkan pengetahuan politik Indonesia melalui peran *spin doctor* dalam media sosial yang saat ini telah berkembang terhadap pembentukan opini publik masyarakat Indonesia dalam pemenangan pilkada DKI 2017.

2. Kegunaan Praktis

Memberikan informasi baru kepada masyarakat tentang seberapa besar peran *spin doctor* dikalangan masyarakat. Memberikan informasi baru kepada masyarakat tentang seberapa besar hubungan pemanfaatan media *online* sebagai sarana pembentukan opini publik, yang nantinya dapat

dijadikan rujukan untuk pemilu selanjutnya, baik pemilu legislatif, pemilu presiden dan wakil presiden, maupun pemilu kepala daerah. Serta sebagai wadah saran kepada para calon pemimpin negara atau calon pemimpin daerah dan juga partai politik dalam berkampanye untuk Pemilu selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Spin Doctor

a. Political Spin

Konsep ini sering didengar dan banyak dilakukan oleh komunikator politik dan praktisi *public relations*. Istilah spin sendiri merupakan kata *pejorative* yang digunakan untuk “menjual” pesan politik tertentu atau khusus secara canggih atau/ *sophisticated*, yang mana pesan ini sangat bisa untuk mengamankan posisi dan kepentingan dari politisi yang membuat pernyataan atau pesan tertentu itu. *Political spin* ini merupakan usaha maksimum yang dilakukan oleh konsultan politik atau komunikator politik, membuat pernyataan di media dengan melakukan manipulasi dan kebohongan dari fakta yang sebenarnya oleh para politisi untuk meredam debat politik. Hal ini banyak dilakukan dalam komunikasi politik di Indonesia. Biasanya *political spin* ini dilakukan dalam konferensi pers pemerintah yang diwakili oleh juru bicara atau langsung oleh presiden sendiri.

Spin ialah teknik *me-manage* atau mengatur media untuk menghindarkan para jurnalis media mendapatkan fakta pemberitaan yang objektif dan melakukan *assesment* terhadap informasi politik

yang dimiliki oleh pemerintah atau presiden. ⁸Spin ini juga dilakukan untuk memengaruhi opini publik yang berkembang dimasyarakat dengan cara menyampaikan informasi yang bisa yang menyenangkan kepada masyarakat, agar opini masyarakat tidak berkembang secara negatif atau tidak mengenakan bagi pemerintah.

Namun, media massa seringkali dibuat gemas dengan konferensi pers yang menggunakan model political spin ini, karena yang disampaikan oleh juru bicara ataupun presiden sendiri bukanlah kejadian yang sesungguhnya, melainkan pesan yang ditutup-tutupi untuk memberikan kenyamanan politik bagi publik. Alasan digunakannya *political spin* ini bisaanya demi stabilitas dan keamanan politik pemerintahan.

Teknik *political spin* dilakukan secara cermat dan hati-hati. Teknik spin yang bisaanya dilakukan, antara lain: *timing* atau penggunaan waktu yang efektif dan singkat; fakta-fakta yang dipresentasikan sangat selektif; pemilihan kata yang sangat hati-hati; pemilihan *sound bite* atau penekanan bicara; dan mendfinisikan kembali terminologi dan kalimat yang sudah dijelaskan sebelumnya. Bisaanya orang-orang yang melakukan *political spin* ini disebut dengan istilah *spin doctor*.

⁸Lilleker, Daren G. 2005. *Key Concept in Political Communication*. New: Sage Publication.h. 120

b. Spin Doctor

Bicara tentang komunikator politik tentu saja peran *spin doctor* memang diperlukan. Sebelum istilah *Spin Doctor* dikenal dalam dunia kampanye politik, orang lebih banyak mengenal aktivitas konsultan *publicrelation* politik bertugas membangun *image* (citra) politik bagi seorang politikus, sedangkan di lain pihak memberikan kesan yang negative pada saingannya. Profesi konsultan *pulic relation* politik atau bisaa disebut *press agent* atau *publicist* awalnya dikembangkan oleh pasangan suami istri Cleam Whitaker dan Leon Baxier di Los Angeles AS pada tahun 1933 dengan nama Campaign Inc.⁹

Istilah konsultan *public relations* politik digunakan sampai tahun 1984, setelah tim kampanye Ronald Reagan menggantikan dengan istilah *spin doctor* (New York Times 21 Oktober 1984). Graber dalam McNair (2004) menyatakan *spin doctor* adalah individu yang memiliki kemampuan menguasai public, menggerakkan massa dan menguasai media sekaligus sebagai konseptor politik yang bertujuan memengaruhi. Ia berada pada posisi tengah antara politisi yang akan dipromosikan (dipasarkan) dengan para wartawan yang akan mempromosikannya. Oleh karena itu, banyak pihak yang menilai profesi *spin doctor* yang digunakan oleh para politisi adalah suatu

⁹ *Ibid*, hlm. 110

keahlian dibidang komunikasi yang menggabungkan prinsip-prinsip *public relation*, periklanan, dan pemasaran.¹⁰

Kegiatan *spin doctoring* di Indonesia pertama kali dilakukan pada penyelenggaraan pesta demokrasi pemilihan presiden 2004 yang baru pertama kali diselenggarakan. Pada pemilihan presiden ini, *spin doctor* berhasil membentuk *image* SBY–Kalla sebagai figur yang cerdas, beribawa, sederhana dan merakyat. Disamping itu, keberhasilan SBY–Kalla juga ditentukan oleh kemampuan tim *spin doctornya* dalam memanfaatkan kontroversi antara SBY dan Megawati untuk meraih simpati publik melalui media massa. Pemilihan presiden 2004 membuktikan pula bahwa keterlibatan *spin doctor* menjadi sangat penting dalam kancah politik, karena *spin doctor* berperan dalam pembentukan *image* kandidat melalui media masa serta kegiatan-kegiatan yang ada kaitannya dengan pembentukan opini publik.

Spin doctor mulai berkembang di Jakarta pada saat pemilihan umum 2004, dimana praktisi humas politik, dan praktisi iklan membentuk konsultan public relation politik. Konsultan public relation politik ini menyediakan jasa bagi para politisi untuk merancang komunikasi politik baik itu slogan, iklan, strategi kampanye maupun penjajakan opini publik untuk memenangkan pemilu.

¹⁰*Ibid.*, hlm.284-285.

Di DKI Jakarta, *spin doctor* dikenal sebagai staf ahli kampanye yang bertugas mengatur jadwal kunjungan atau sosialisasi kandidat gubernur dan wakil gubernur, meneliti publik atau sasaran kampanye, merancang dan mengorganisir strategi kampanye dalam membentuk *image* kandidat, penyusunan dan penyampaian pesan politik, memonitoring serta menjajaki opini publik.

Peran *spin doctor* tidak hanya berdiri antara partai politik dengan media, tetapi memiliki peran yang sangat penting dan menentukan dalam kancah pertarungan kekuasaan politik. Ia dibutuhkan oleh para politisi sebab semakin intens usaha untuk meraih tampuk pimpinan, mereka semakin membutuhkan peran *spin doctor* sebagai stage manager yang mampu mengatur jalannya kampanye, memberi isi dalam naskah pidato, membuat agenda dan daftar pernyataan politik yang akan diucapkan oleh kandidat. Ia juga merancang isi pesan dan memilih media yang tepat dalam mempromosikan kandidatnya.¹¹

Di Indonesia *spin doctor* lebih banyak dikenal dengan istilah manajer kampanye yang menentukan pengarahannya opini publik dalam pencitraan kandidat. Ia menggunakan semua jalur komunikasi untuk membangun citra politisi yang diusungnya, dengan membentuk dan mengarahkan opini public guna memenangkan pemilihan, sekaligus

¹¹ *Ibid*, hlm. 210

memengaruhi publik agar tujuan yang mereka inginkan dapat tercapai. Dengan menggunakan media komunikasi dalam pembuktian opini publik, *spin doctor* merencanakan cara-cara pemaksaan dalam kampanye menjadi bujukan.¹²

Sebagai individu-individu yang bertugas membentuk *image* politisi, maka keahlian atau 'tool' yang mutlak dimiliki oleh *spin doctor*, (1) *Spin doctor* harus orang yang ahli media atau mengetahui media mana yang bisa menarik audience, (2) Melakukan penelitian terhadap lawan politik adalah dimensi politik yang paling penting, dimana mereka harus mengumpulkan informasi sebanyak mungkin mengenai lawannya, (3) *Spin doctor* harus mampu mengantisipasi sesuatu yang berjalan diluar rencana. Misalnya performa politikus kadang-kadang gagal karena jurnalis menampilkan berita yang buruk mengenai diri politikus dan merancang berita yang dapat menimbulkan kerusakan, *spin doctor* dituntut untuk mampu menyelesaikan krisis tersebut. misalnya Ketika isu negatif muncul mengenai politisi yang diwakilinya, *spin doctor* bertanggung jawab meredam isu itu dan mengubahnya menjadi isu yang positif.

Spin Doctor menurut Louw adalah sekelompok atau individu yang mampu meletakkan sebuah rencana yang baik pada sebuah media pemberitaan bagi perusahaan atau masalah-masalah politik. Lebih

¹²*Ibid.*, hlm.286.

lanjut Louw menyatakan bahwa *spin doctor* adalah pemain politik dalam kaitannya penyebaran pesan melalui media yang bertujuan untuk mengarahkan opini publik. Graber (dalam McNair, 2004), mengemukakan *spin doctor* sebagai sekelompok individu yang mempunyai kemampuan menguasai publik, menggerakkan massa dan menguasai media sekaligus sebagai konseptor politik yang bertujuan untuk mengarahkan opini publik.

Menurut Entman bahwa mempengaruhi publik bukanlah suatu fenomena baru, penyampaian pesan politik di media massa secara umum menciptakan seni propaganda yang baru dalam kaitannya dengan mengarahkan opini publik dan membangun popularitas. Media dan jurnalis yang memegang peranan penting dalam proses mempengaruhi publik.¹³

Dari pendapat-pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa *spin doctor* adalah orang yang mempunyai kemampuan merancang strategi kampanye, melalui media untuk memenangkan kandidat dalam pemilihan. Semakin ahli *spin doctor* dalam membangun hubungan dengan media, maka semakin mudah mempengaruhi publik untuk mencapai tujuannya.

¹³*Ibid.* h. 286

B. Opini Publik

a. Sejarah Opini Publik

Public Opinion dalam bahasa Indonesia sering diterjemahkan dengan “pendapat umum“, dengan demikian *public* diterjemahkan dengan “umum“ sedangkan *opinion* dialih bahasakan dengan “pendapat“. Dalam Ilmu Komunikasi terdapat istilah lain yaitu *public relations* yang umumnya diterjemahkan dengan “hubungan masyarakat“, dalam hal ini *public* diterjemahkan dengan “masyarakat“, sedangkan *relations* diterjemahkan dengan “hubungan“.¹⁴

Adapun cara mengetahui adanya opini publik, dapat diketahui pada tahun 1963, Indonesia berkonfrontasi dengan Belanda mengenai Irian Barat. Di radio, surat kabar, rapat-rapat umum, pidato-pidato, ceramah-ceramah dan lain-lain orang membicarakan tentang Irian Barat. Pada umumnya pembicara-pembicara itu cenderung kepada pendapat bahwa Irian Barat adalah milik pemerintah Indonesia, oleh karena itu bangsa Indonesia wajib merebutnya kembali, dan hal inilah yang menjadikan bahwa pendapat-pendapat itu sangatlah penting dikarenakan dapat mengambil suatu keputusan bersama. Gejala demikian bisaanya disebut *public opinion* atau opini publik.

¹⁴Djoenasih S.Sunarjo. *Opini Publik*. 1995. Liberty. h. 120

Adapun dari gejala tersebut diatas, dapat diketahui bahwa adanya pengertian tentang pendapat itu sama dengan *opinion*, yang mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Selalu diketahui dari pernyataan-pernyataan.
- b. Merupakan sintesa atau kesatuan dari banyak pendapat.
- c. Mempunyai pendukung dalam jumlah yang besar.¹⁵

Pada awal abad 17 sampai dengan abad ke-19, paham liberalisme, kemerdekaan mengeluarkan pendapat adalah demi kebenaran atau kebebasan akan membantu orang dalam menemukan kebenaran. Sisa-sisa filsafat liberalisme masih ada bahkan dipertahankan, sehingga umumnya setiap undang – undang negara manapun mempunyai pasal tentang kebebasan mengeluarkan opini. Indonesia mempunyai pasal 29 UUD 1945, sedangkan dalam *Declaration of Human Right 1948*), kebebasan tercantum dalam pasal 19. Kebebasan mengeluarkan opini dipertahankan demi kebenaran.¹⁶ Beberapa ahli meninjau kebenaran:

1. *Coherence theory*, antara opini-opini yang dimiliki seseorang harus ada kesesuaian. Hal itu merupakan satu kesatuan bulat. Teori ini merupakan landasan berkembangnya ideologi-ideologi pada abad ke-19, sehingga seakan-akan teori ini hanya membenarkan opini sendiri

¹⁵*Ibid.* h. 120

¹⁶Susanto, Astrid Dr. Phil. 2010. *Pendapat Umum*. Bandung: Karya Nusantara. (hlm. 1-7)

dan menyalahkan opini orang lain. Dilihat dari ilmu jiwa sosial yang menyalahkan *coherence theory* ini, ternyata dalam diri manusia terdapat banyak opini dan norma-norma yang bertentangan satu sama lain yang membuatnya tak dapat diramalkan.

2. *Correspondence theory*, pernyataan manusia harus sesuai kenyataan. Teori ini merupakan landasan filsafat, opini yang menang adalah opini yang benar. Ilmu jiwa sosial banyak digunakan dalam memenangkan opini suatu opini maka kebenaran teori ini disangsikan.

3. *Pragmatisme*, yang tumbuh pada akhir abad 19 dan disebarakan oleh William James hasil dari penelitian John Dewey di AS. Setelah PD II populer kembali, menurutnya pemikiran kebenaran tetap harus dicari, karena orang mudah keliru. Pragmatisme sangat hati-hati menyatakan sesuatu itu benar, jadi teori ini menyatakan semua opini adalah relatif. Pemikiran ini tidak tergolong pragmatisme. Justru pragmatisme sebaliknya berpegang pada prinsip manusia bertanggung jawab atas opini-opininya, karena opini adalah penggerak dari tindakan.¹⁷

Opini seseorang adalah hasil pengalamannya, yang diajarkan kepadanya. Karena itu pragmatisme sangat menitikberatkan kepada pendidikan dalam mencari kebenaran, harus dapat dibuktikan sebagian benar pada masa lampau, sekarang dan masa depan. Dalam hal ini, pragmatisme menjelaskan pengaruh norma – norma pada manusia

¹⁷Djoenasih S.Sunarjo. *Op.cit.* h. 125

yang akan menentukan masa depannya, khusus pikiran individunya. Jika pragmatisme ditinjau dari segi masyarakat, ternyata di dalam masyarakat tidak ada kebenaran yang mutlak bagi individu, karena kebebasan adalah juga hak-hak anggota masyarakat lain.

b. Pengertian Opini Publik

Opini yang berarti tanggapan ataupun pendapat merupakan suatu jawaban terbuka terhadap suatu persoalan ataupun isu. Menurut Cutlip dan Center, opini adalah suatu ekspresi tentang sikap mengenai suatu masalah yang bersifat kontroversial. Opini timbul sebagai hasil pembicaraan tentang masalah yang kontroversial, yang menimbulkan pendapat yang berbeda-beda.¹⁸

Sementara William Albing mengemukakan bahwa opini itu dinyatakan kepada sesuatu hal yang kontroversial atau sedikit-dikitnya terdapat pandangan yang berlainan mengenai masalah tersebut. Opini timbul sebagai suatu jawaban terbuka terhadap suatu persoalan atau isu. Subjek dari suatu opini bisaanya adalah masalah baru. Opini berupa reaksi pertama dimana orang yang mempunyai perasaan ragu-ragu dengan sesuatu yang lain dari kebiasaan, ketidakcocokan dan adanya perubahan penilaian. Unsur-unsur ini mendorong orang untuk saling mempertentangkannya.

¹⁸Cutlip, Scott M, Allen H. Center, & Glen M. Broom, *Op.cit.* h. 100

Sedangkan pengertian publik menurut Emory. S Bagardus, adalah sejumlah orang yang dengan suatu acara mempunyai pandangan yang sama mengenai suatu masalah atau setidaknya mempunyai kepentingan yang bersama dalam sesuatu hal. John Dewey dalam *The Publik and its Problem* mendefinisikan publik sebagai kelompok individual yang sama-sama terpengaruh oleh suatu tindakan atau gagasan tertentu. Jadi, setiap persoalan, problem, atau kepentingan menciptakan publiknya sendiri.

Menurut Bernard Berelson dalam tulisannya berjudul “*Communication and Public Opinion*” (Komunikasi dan Pendapat/ Opini Publik) mengemukakan bahwa dengan pendapat publik diartikan *people’s response* atau jawaban rakyat (persetujuan, ketidaksetujuan/penolakan atau sikap acuh tak acuh) terhadap *issue-issue/* hal-hal yang bersifat politis dan sosial yang memerlukan perhatian umum, seperti hubungan internasional, kebijaksanaan dalam negeri, pemilihan (umum) untuk calon-calon, dan hubungan antar kelompok etnik. Menurut Cutlip dan Center dalam bukunya “*Effective Public Relation*”, opini publik adalah suatu hasil penyatuan dari pendapat individu-individu tentang masalah umum.¹⁹

Mariam D. Irish dan James W. Prothro dalam *The Politics of American Democracy* memberi defenisi pendapat umum: “*the*

¹⁹*Ibid.* h. 100

expression of attitude on a social issue". Dalam defenisi ini ada tiga unsur yaitu: dinyatakan (*express*), (*attitude*) sikap, social issue atau masalah masyarakat. Hennessy menegaskan bahwa, "Pada setiap persoalan yang muncul, opini publik merupakan kumpulan pandangan yang terukur atau tersimpulkan, yang dipegang oleh orang-orang yang menaruh kepentingan terhadap kepentingan tersebut.

c. Proses Pembentukan Opini Publik

George Carslake Thompson dalam "*The Nature of Public Opinion*" mengemukakan bahwa dalam suatu publik yang menghadapi *issue* dapat timbul berbagai kondisi yang berbeda-beda, yaitu:

1. Mereka dapat setuju terhadap fakta yang ada atau mereka pun boleh tidak setuju.
2. Mereka dapat berbeda dalam perkiraan atau *estimation*, tetapi juga boleh tidak berbeda pandangan.
3. Perbedaan yang lain ialah bahwa mungkin mereka mempunyai sumber data yang berbeda-beda.²⁰

Hal-hal yang diutarakan itu merupakan sebab timbulnya kontroversi terhadap *issue-issue* tertentu. Selanjutnya dikemukakannya bahwa orang-orang yang mempunyai opini yang tegas, mendasarkannya

²⁰*Ibid.* h. 100

kepada *rational grounds* atau alasan-alasan yang rasional yang berarti “dasar-dasar yang masuk akal dan dapat dimengerti oleh orang lain“.

Kemudian, dalam hubungannya dengan penilaian terhadap suatu opini publik, perlu diperhitungkan empat pokok, yaitu:

1. *Difusi*, yaitu apakah pendapat yang timbul merupakan suara terbanyak, akibat adanya kepentingan golongan.
2. *Persistence*, yaitu kepastian atau ketetapan tentang masa berlangsungnya *issue* karena disamping itu, pendapat pun perlu diperhitungkan.
3. *Intensitas*, yaitu ketajaman terhadap *issue*.
4. *Reasonableness* atau suatu pertimbangan-pertimbangan yang tepat dan beralasan.²¹

Opini dapat dinyatakan melalui perilaku, sikap tindak, mimik muka atau bahasa tubuh (*body language*) atau berbentuk simbol-simbol tertulis berupa pakaian yang dikenakan, makna sebuah warna. Untuk memahami opini seseorang dan publik tersebut R.P Abelson bukanlah perkara yang mudah karena berkaitan dengan unsur- unsur pembentuknya, yaitu:

4. Kepercayaan mengenai sesuatu (*believe*)
5. Apa yang sebenarnya dirasakan untuk menjadi sikapnya (*attitude*)

²¹ *Ibid*, h. 120

6. Persepsi (*perception*), yaitu sebuah proses memberikan makna yang berakar dari beberapa faktor, yakni:

1. Latar belakang budaya, kebiasaan dan adat istiadat yang dianut seseorang / masyarakat.
2. Pengalaman masa lalu seseorang/kelompok tertentu menjadi landasan atau pendapat atau pandangan.
3. Nilai-nilai yang dianut (moral, etika, dan keagamaan yang dianut atau nilai-nilai yang berlaku di masyarakat).
4. Berita-berita dan pendapat-pendapat yang berkembang yang kemudian mempunyai pengaruh terhadap pandangan seseorang. Bisa diartikan berita-berita yang dipublikasikan itu dapat sebagai pembentuk opini masyarakat.²²

Opini publik mempunyai ciri-ciri sebagai berikut; **Pertama**, terdapat isi, arah, dan intensitas mengenai opini publik. Ciri-ciri ini menyangkut opini publik tentang tokoh politik (bisaanya pejabat pemerintahan dan kandidat pejabat, tetapi juga jenis lain pemimpin politik, terutama pemimpin simbolik menjadi subjek opini publik) partai, peristiwa, dan segala jenis isu. **Kedua**, Kontroversi menandai adanya opini publik; artinya sesuatu yang tidak disepakati oleh rakyat. **Ketiga**, opini publik mempunyai volume berdasarkan kenyataan bahwa kontroversi itu menyentuh semua orang yang merasakan

²²*Ibid.* h. 105

konsekuensi langsung, dan tidak langsung daripadanya meskipun mereka bukan pihak pada pertikaian semula. **Keempat**, opini publik itu relatif tetap. Kita tidak dapat mengatakannya berapa lama, tetapi opini publik yang menghasilkan kontroversi sering bertahan agak lama.²³

Penyebaran opini minoritas dan mayoritas sering berubah seperti pandangan individual, tetapi opini publik bertahan. Akan tetapi meskipun opini publik ini persisten sebagai proses yang terus berlangsung, pernyataan mengenai opini publik tentang suatu masalah harus spesifik bagi waktu dan tempat tertentu. Keharusan ini harus sejalan dengan realisasi bahwa proposi orang yang mengamati perselisihan itu, merumuskan opini pribadi, dan bersedia mengungkapkan di depan umum yang bervariasi dari tempat dan waktu tertentu.

Untuk memahami tahap-tahap pembentukan opini publik terlebih dahulu sangat penting memahami pembentukan atau penyusunan opini pribadi. Menurut Nimmo pembentukan opini publik dari opini pribadi ini melibatkan saling pengaruh di antara proses personal, sosial, dan politik.²⁴

Sejalan dengan Nimmo, D.W. Rajecki, menyatakan bahwa pembentukan opini terdiri dari tiga komponen yang dikenal dengan istilah ABCs of attitude, yaitu:

²³*Ibid.* h. 105

²⁴*Ibid.* h. 106

1. Komponen A: *Affect* (perasaan atau emosi). Komponen ini berkaitan dengan rasa senang, suka, sayang, benci, sedih, dan kebanggaan hingga muak atau bosan terhadap sesuatu, sebagai akibat setelah merasakannya atau timbul setelah melihat dan mendengarkannya. Kemudian komponen afektif tersebut merupakan evaluasi berdasarkan perasaan seseorang yang secara emosi (aspek emosional) menghasilkan penilaian, yaitu: “baik atau buruk”.
2. Komponen B: *Behaviour* (tingkah laku). Komponen ini lebih menampilkan tingkah laku atau perilaku seseorang, misalnya bereaksi untuk memukul, menghancurkan, menerima, menolak, mengambil, membeli, dan lain sebagainya. Jadi merupakan komponen untuk menggerakkan seseorang secara aktif (*action element*) untuk melakukan “tindakan atau perilaku” atas suatu reaksi yang sedang dhadapinya.
3. Komponen C: *Cognition* (pengertian atau nalar). Komponen kognisi ini berkaitan dengan penalaran seseorang untuk menilai suatu informasi, pesan fakta dan pengertian yang berkaitan dengan pendiriannya. Komponen ini menghasilkan penilaian atau pengertian dari seseorang berdasarkan rasio atau kemampuan penalarannya.

Artinya kognisi tersebut merupakan aspek kemampuan intelektualitas seseorang yang berhubungan dengan ilmu pengetahuan.²⁵

Selanjutnya, pembentukan opini dilakukan dengan menggunakan empat teori psikologi yang dominan tentang perilaku manusia, yaitu: psikonalisis, behaviour, kognitif, dan humanistik. Pembentukan opini publik melalui pendekatan psikologi tersebut dapat dijelaskan melalui bagan dibawah ini:

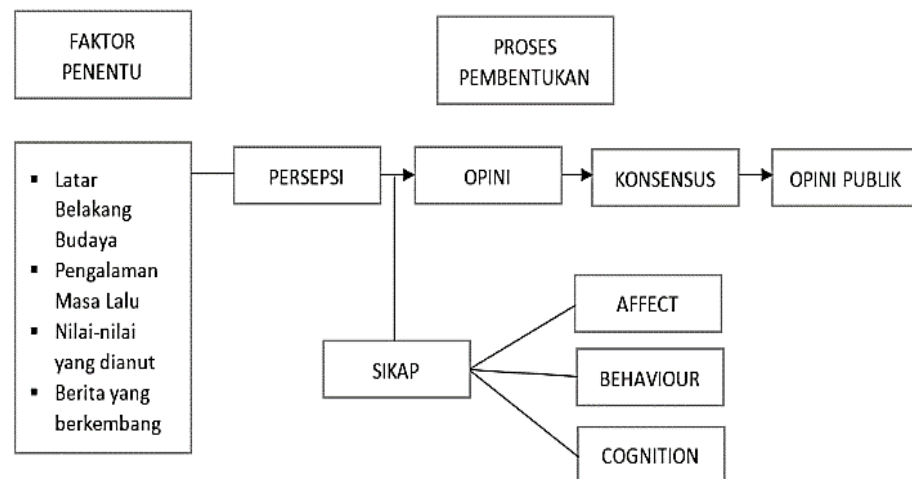


Table 1. Terbentuknya Opini Publik

Bagan proses pembentukan opini tersebut menggambarkan bagaimana persepsi seseorang dipengaruhi oleh latar belakang budaya, pengalaman masa lalu, nilai-nilai yang dianut dan berita yang sedang berkembang. Proses inilah

²⁵*Ibid.* h. 110

yang akan melahirkan satu interpretasi atau pendirian seseorang, dan pada akhirnya akan membentuk suatu opini.²⁶

Dari teori yang dijabarkan di atas dapat disimpulkan bahwa opini publik terjadi pada kelompok orang yang berkomunikasi, yang bersama-sama menetapkan isunya, mengapa dapat membangkitkan kepedulian publik, dan apa yang dapat dilakukan atasnya. Sementara proses tersebut sudah pasti melibatkan kognisi pribadi, pendapat individu tentang isu sosial sebagian besar bergantung pada diskusi publik dalam hal bentuk maupun isi.

Bila dihubungkan dengan kegiatan *spin doctoring* maka *spin doctor* sangat membutuhkan strategi dalam berkomunikasi untuk menyampaikan pesan atau informasi serta mempengaruhi kognisi dan perspektif khalayak pemilih, sebab berhasil tidaknya kegiatan komunikasi dalam berkampanye secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi.

Berbicara tentang strategi komunikasi, berarti berbicara tentang bagaimana sebuah perubahan diciptakan pada khalayak dengan mudah dan cepat. Perubahan merupakan hasil proses komunikasi yang tak terelakkan. Semua pihak yang berkomunikasi, mau tidak mau pasti mengalami perubahan baik perubahan kecil maupun perubahan besar. Proses komunikasi yang efektif ditentukan oleh unsur-unsur yang mencakup: Komunikator, pesan, media, metode dan umpan balik (*feed back*).

²⁶*Ibid.* h. 110

C. Media Sosial Twitter

Media sosial terdiri dari berbagai jenis, antara lain proyek kolaborasi wiki, *corporate/ personal website*, *personal blog*, *microblog*, media konten, situs jejaring sosial, *virtual game world*, *virtual social world*, *podcast*, serta forum dan media *online* yang menjadi ruang publik atau lebih ke situs komunikasi satu arah.²⁷ Dari beberapa jenis media tersebut, beberapa diantaranya sangat dominan dijadikan media pencitraan oleh pemilik merek politik, seperti media jejaring sosial, *microblog*, *website*, *blog*, media konten dan media *online*.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa situs-situs jejaring sosial memiliki akurasi yang baik dalam memprediksi kemenangan kandidat pemilihan presiden. Penelitian Kopacz and Volgy menyimpulkan bahwa internet merupakan prediktor pemilihan suara kandidat yang lebih kuat dibandingkan media broadcast.²⁸

Dalam aktivitas politik diberbagai belahan dunia, termasuk Indonesia, internet, media baru, dan media sosial sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan serta hampir tidak mungkin diabaikan. Dalam konteks Indonesia, meski pengaruh dan dampaknya belum signifikan, media sosial masih menjadi alat propaganda dan sosialisasi dibanding

²⁷Umaimah, Wahid. *Komunikasi Politik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016). h. 97

²⁸*ibid.* H. 97

sebagai media yang mampu memengaruhi para pemilih dalam menentukan pilihan politik mereka. Salah satu media sosial yang berpengaruh dalam pembentukan opini publik dan politisi adalah *twitter*.

Twitter ialah Jejaring Sosial yang membatasi penggunaannya untuk mengirim sebuah tweet dengan batas 140 Kata, Tidak lebih. Twitter dengan Facebook mempunyai kesamaan dan perbedaan. Kesamaannya ialah Twitter dan Facebook sama-sama layanan Jejaring Sosial yang berguna untuk saling menghubungkan antara pengguna satu dengan pengguna lainnya. Perbedaannya ialah Kalau Facebook Membatasi penggunaannya mengirim status facebook hingga 400 kata lebih, tetapi jika twitter hanya membolehkan 140 kata.

Twitter didirikan dan diresmikan pada tahun 2006 tepatnya pada bulan maret. Didirikan oleh Jack Dorsey. Jejaring Sosial Twitter sudah sangat dikenal oleh setiap orang di dunia. Bahkan di Tahun 2014 ini Twitter menjadi salah satu dari 5 besar situs yang paling sering dikunjungi oleh banyak orang. Popularitas Twitter sangat meningkat pada tahun 2012, di Tahun 2012 sudah ada 150 juta pengguna aktif di twitter. sejak dicatat. sudah ada Lebih dari 600 juta pengguna twitter di tahun 2014 ini. Twitter pada saat ini menjadi Jaringan Sosial yang paling banyak digunakan oleh setiap orang. Bisa dibbilang Twitter menjadi saingan dari Facebook. Dulu Facebook lah yang sangat terkenal dimata orang, namun

semenjak kemunculan twitter secara perlahan-lahan Twitter lah yang lebih digemari oleh banyak orang.

Pendiri Twitter yaitu Jack Dorsey ialah seorang mahasiswa yang bersekolah di Universitas New York. Dahulu Twitter belum dibuka untuk Umum, melainkan hanya untuk khusus layanan para karyawan Ordeo. Twitter baru dibuka untuk umum pada juli 2006. sudah ada lebih dari 400rb Kicauan setiap harinya pada 2007, Pada tahun 2010 sudah ada lebih dari 75.000 Aplikasi Di twitter.²⁹

Twitter sudah banyak mengubah tampilan jejaring sosialnya mulai dari yang simpel, hingga tampilan yang bagus di tahun 2014 ini. Twitter bekerja sama dengan beberapa perusahaan yang ternama seperti Google, Bing, Yandex dan Perusahaan lainnya. Twitter memunculkan banyak fitur baru ketika sudah terkenal di mata penggunanya.

Twitter juga merupakan salah satu dari sepuluh situs yang paling sering dikunjungi di dunia menurut analisis lalu lintas web Alexa.³⁰Perkiraan jumlah pengguna harian Twitter bervariasi karena perusahaan tidak memublikasikan statistik akun-akun yang aktif. Pada bulan Februari 2009, compete.com menempatkan Twitter sebagai situs jejaring sosial ketiga yang paling sering digunakan, pemeringkatan ini berdasarkan perhitungan mereka terhadap 6 juta pengunjung aktif per

²⁹*Ibid.* h. 98

³⁰*Ibid.* h. 99

bulan dan 55 juta kunjungan per bulan. Pada Maret 2009, Nielsen.com menempatkan Twitter sebagai situs web dengan pertumbuhan tercepat menurut kategori jumlah anggota per Februari 2009. Twitter mengalami pertumbuhan tahunan sebesar 1.382 persen, meningkat dari 475.000 kunjungan pada bulan Februari 2008 menjadi 7 juta kunjungan pada Februari 2009. Pada tahun 2009, Twitter memiliki tingkat pertumbuhan pengguna bulanan sebesar 40 persen.³¹

Menurut seorang pakar media sosial bernama Jeremiah Owyang, pada tahun 2009, Twitter umumnya digunakan oleh orang dewasa yang kemungkinan belum pernah menggunakan jejaring sosial lain sebelum Twitter; “Orang dewasa hanya mengikuti apa yang remaja lakukan selama bertahun-tahun”, kata Owyang. Menurut comScore, hanya 11 persen pengguna Twitter yang berusia antara 12-17 tahun. Namun, “Twitter mulai merambah budaya populer setelah beberapa selebriti seperti Shaq, Britney Spears, dan Ashton Kutcher bergabung dengan Twitter.”

Pada tanggal 7 September 2011, Twitter mengumumkan telah memiliki 100 juta pengguna aktif yang setidaknya membuka Twitter sekali sebulan, dan 50 juta pengguna aktif setiap hari. Dalam sebuah artikel yang diterbitkan pada tanggal 6 Januari 2012, Twitter dilaporkan telah menjadi jejaring sosial terbesar di Jepang, menggeser Facebook ke posisi dua. ComScore juga menyatakan bahwa Jepang adalah satu-satunya

³¹*Ibid.* h. 102

negara di dunia yang pengguna Twitternya lebih banyak daripada pengguna Facebook. Hingga Juli 2012, dilaporkan bahwa jumlah pengguna terdaftar Twitter mencapai angka 500 juta, dengan 200 juta pengguna aktif; 140 juta di antaranya berasal dari Amerika Serikat, dan kota dengan pengguna Twitter terbanyak adalah Jakarta.³²

D. Pemilu

Pemilihan umum (pemilu) di Indonesia pada awalnya ditujukan untuk memilih anggota lembaga perwakilan, yaitu DPR, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota. Setelah amendemen keempat UUD 1945 pada 2002, pemilihan presiden dan wakil presiden (pilpres), yang semula dilakukan oleh MPR, disepakati untuk dilakukan langsung oleh rakyat sehingga pilpres pun dimasukkan ke dalam rangkaian pemilu. Pilpres sebagai bagian dari pemilu diadakan pertama kali pada Pemilu 2004. Pada 2007, berdasarkan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2007, pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah (pilkada) juga dimasukkan sebagai bagian dari rezim pemilu. Pada umumnya, istilah "pemilu" lebih sering merujuk kepada pemilihan anggota legislatif dan presiden yang diadakan setiap 5 tahun sekali.³³

³²*Ibid.* h. 104

³³Mandala, Edward. *Sistem Kepartaian dan Pemilu di Indonesia*. Penerbit: Stisipol Raja Haji Press: 2013. h.30

Pemilihan umum Gubernur DKI Jakarta 2017 (disingkat Pilgub Jakarta 2017 atau Pilgub DKI 2017) akan dilaksanakan pada 15 Februari 2017 untuk menentukan Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta periode 2017–2022. Ini merupakan pemilihan kepala daerah ketiga bagi Jakarta yang dilakukan secara langsung menggunakan sistem pencoblosan. Jadwal pemilihan periode ini dimajukan dari jadwal pemilihan periode sebelumnya, yaitu 11 Juli karena mengikuti jadwal Pilkada Serentak gelombang kedua pada 2017. Berdasarkan peraturan, hanya partai politik yang memiliki 22 kursi atau lebih di DPRD Jakarta yang dapat mengajukan kandidat.³⁴

Partai politik yang memiliki kursi kurang dapat mengajukan calon hanya jika mereka telah memperoleh dukungan dari partai politik lainnya. Gubernur Basuki Tjahaja Purnama (dikenal sebagai "Ahok") mencalonkan diri sebagai petahana bersama dengan Djarot Saiful Hidayat. Selain itu, mantan perwira TNI Agus Harimurti Yudhoyono bersama dengan Sylviana Murni, serta akademisi dan mantan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia Anies Baswedan juga mencalonkan diri bersama dengan Sandiaga Uno.

³⁴*Ibid.* h.30

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan bahwa terdapat peran *spin doctor* yang dapat membentuk opini publik, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara mendalam dan objektif mengenai bagaimana peran *spin doctor* dalam membentuk opini publik terhadap kemenangan pilkada DKI Jakarta.

B. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dengan pendekatan kualitatif yang berarti penelitian ini berakar pada latar alamiah sebagai keutuhan, mengarahkan sasaran penelitian pada usaha menemukan teori dasar, lebih mementingkan proses daripada hasil.³⁵ Penelitian bertujuan mendapatkan data tentang peran *spin doctor* dalam pembentukan opini publik di media sosial *twitter* dalam kemenangan kandidat calon gubernur dan wakil gubernur pada pilkada DKI Jakarta 2017.

C. Penentuan “Setting”

.Penelitian kualitatif ini akan dilaksanakan di posko ketiga calon pasangan gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta. Penelitian ini dilakukan

³⁵Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007). h. 157

selama tiga bulan, terhitung dimulai dari awal bulan Januari sampai dengan awal bulan April 2017.

D. Langkah-langkah Penelitian

Terdapat dua hal yang mempengaruhi kualitas dari hasil penelitian, yaitu kualitas instrument penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrument penelitian berkenaan dengan validitas dan reabilitas instrument dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Adapun langkah-langkah yang akan dilaksanakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Menurut Nasution dalam bukunya Sugiyono menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.³⁶ Kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan observasi non partisipasi yaitu penelitian berada di luar subjek yang diamati dan tidak ikut dalam kegiatan-kegiatan yang mereka lakukan. Kegiatan ini dilakukan secara langsung pada lokasi penelitian untuk memperoleh gambaran umum tentang keadaan atau gejala-gejala khusus yang mungkin ditemui yang relevansi dengan masalah yang diteliti.

³⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta. 2012), h. 226

2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data jika penelitian ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan data ini didasarkan daripada laporan tentang diri sendiri atau self-report atau setidak-tidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi.

Langkah-langkah wawancara;

- a. Menetapkan kepada siapa wawancara akan dilakukan
- b. Menyiapkan pokok-pokok masalah yang akan menjadi bahan pembicaraan
- c. Mengawali atau membuka alur wawancara
- d. Melaksanakan alur wawancara
- e. Mengkonfirmasi ikhtisar hasil wawancara dan mengakhirinya
- f. Menuliskan hasil wawancara kedalam catatan lapangan
- g. Mengidentifikasi tindak lanjut hasil wawancara yang telah diperoleh³⁷

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. *Studi* dokumen merupakan pelengkap dari pengguna dari penggunaan metode

³⁷*Ibid*, h. 235

observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. ³⁸Teknik dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data dari buku, foto, dan majalah mengenai peran *spin doctor* dalam pembentukan opini publik di media sosial *twitter* dalam pemenangan kandidat calon gubernur dan wakil gubernur pada pilkada DKI Jakarta 2017.

E. Informan dan Key Informan

Informan dalam penelitian ini terdiri dari 10 orang, mereka adalah masyarakat yang ada diberbagai wilayah di DKI Jakarta yang berpartisipasi pada pilkada DKI Jakarta 2017. Sedangkan *key informan* dalam penelitian ini terdiri dari 3 orang, mereka adalah Zaenal Mustafa yang merupakan Manager Komunitas Ahok, Rizki AlJupri sebagai Staff Ahli Ketua Komisi VI DPR RI dan juru bicara Agus Harimurti Yudhoyono, dan Noudhy Valdryno sebagai *digital strategist and spokesperson of GERINDRA*.

F. Expert Opinion

Proses konfirmasi kepada ahli diperlukan untuk memperoleh data dan mendukung temuan yang terdapat dilapangan. Hal ini dilakukan dengan cara diskusi dan wawancara dengan ahli. *Expert Opinion* dalam penelitian ini adalah seorang pengamat politik, Ibu Lely yang merupakan pengamat politik dari Universitas Jayabaya.

³⁸*Ibid*, h. 240

G. Teknik Kalibrasi Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan teknik kalibrasi keabsahan data dengan:

1. Member Check

Member Check adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan dari *member check* adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh dari lapangan sesuai dengan data yang diperoleh dari *informan* atau pemberi data.

2. Audit Trial

Audit Trial adalah proses konfirmasi data kepada yang memiliki otoritas lebih tinggi dari sumber pertama di tempat penelitian. Tujuannya adalah agar data yang didapat bisa dipercaya atau tidak.

3. Triangulasi

Triangulasi data adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data yang telah ada.³⁹Data yang didapat dari hasil observasi dicek kembali dengan data dari hasil wawancara dan juga hasil studi dokumenter. Bila hasil yang didapat berbeda-beda maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, tujuannya adalah untuk memastikan data yang mana yang dianggap benar, atau mungkin semuanya benar, hanya sudut pandangnya yang berbeda-beda.

³⁹*Ibid*, h. 241

4. Teknik Analisis Data

Tahap berikutnya dalam penelitian adalah analisis data, yang merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Semua data yang telah diperoleh terkait dengan peran *spin doctor* dalam pembentukan opini publik di media sosial twitter dalam pemenangan kandidat calon gubernur dan wakil gubernur pada pilkada DKI Jakarta 2017.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik model Miles dan Humberman, di mana dikemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data penelitian ini meliputi *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.

1. *Data Reduction* (reduksi data)

Data yang diperoleh dilapangan tentu jumlahnya sangat banyak maka perlu dilakukan *data reduction*.⁴⁰Peneliti merangkum dan memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan kepada hal-hal yang penting sehingga akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan data selanjutnya.

2. *Data Display* (Penyajian data)

Dengan mendisplaykan data, maka akan mempermudah untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.⁴¹Penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dengan bentuk uraian singkat maupun bagan.

3. *Conclusion Drawing/Verification*.

Tahapan alisis data berikutnya adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. ⁴²Ini diperlukan karena kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah jika kesimpulan didukung oleh bukti-bukti yang valid yang diperoleh melalui tahapan-tahapan penelitian yang telah dilakukan maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel

⁴⁰*Ibid*,h. 247

⁴¹*Ibid*,h. 247

⁴²*Ibid*, h. 247

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

Posko Kemenangan Agus-Sylvi



Figure 1. Posko Kemenangan Agus-Sylvi

Pokso Kemenangan Agus-Sylvi terletak di DPP Partai Demokrat Jl. Proklamasi No.41, RT.11/RW.2, Pegangsaan, Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10320.

Phone: (021) 31907999

Rumah Lembang



Figure 2. Posko Kemenangan Ahok-Djarot (Rumah Lembang)

Rumah Lembang, posko bagi pasangan Ahok-Djarot yang terletak di Jalan Lembang Nomor 25 dan 27, Menteng, Jakarta Pusat, Kamis (25/8/2016).

Rumah ini terletak di depan Taman Lembang, Menteng.

Ada dua rumah yang dijadikan posko pemenangan, yakni nomor 25 dan 27. Di dalamnya ada fasilitas tempat berkumpul untuk rapat, konferensi pers, musala, dan kolam ikan.

Roemah Joeang



Figure 3. Posko Kemenangan Anies-Sandi (Roemah Joeang)

Roemah Joeang, markas kemenangan pasangan bakal calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan-Sandiaga Uno, di Jalan Brawijaya IX Nomor 1, Jakarta Selatan

@roemahdjoeang. Telepon 0852-1552-3527

<http://bit.do/RelawanRDj>

1. Sasaran

Yang menjadi sasaran dari penelitian ini adalah warga DKI yang ikut terlibat dalam Pilkada DKI Jakarta 2017.

2. Tujuan dan Fungsi

Spin doctor dalam dunia politik memiliki tujuan yang lebih luas, karena selain membangun pencitraan klien juga disertai propaganda dan melakukan kampanye negatif sampai kampanye hitam terhadap lawan politik.

Spin doctor juga mempunyai fungsi sebagai konsultan kampanye dalam bentuk menyebarluaskan pesan melalui media komunikasi, sebagai mobilisasi kelompok berpengaruh, menyusun jadwal kegiatan kampanye, memiliki tim kerja dalam penggerakan pembentukan opini publik, serta evaluasi hasil kerja.

3. Dasar Hukum

- a. UU Kampanye: Undang-an Nomor 403/KPU/VI/2017 Perihal FGD Evaluasi Tahapan Kampanye Pada Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah Tahun 2017. Undang-an Nomor 403/KPU/VI/2017 Perihal FGD Evaluasi Tahapan Kampanye Pada Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah Tahun 2017

- b. UU Pilkada: Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2015 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota menjadi Undang-Undang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 57).
- c. UU ITE: Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58).

4. Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan dari *spin doctor* yaitu banyaknya masyarakat yang terpengaruh oleh berita-berita yang disampaikan oleh para *spin doctor* dalam membentuk opini publik. Selain itu, kemenangan calon gubernur dan calon wakil gubernur Jakarta yang menjadi tolok ukur keberhasilan kinerja dari *spin doctor*.

B. Sumber Informasi

Sumber informasi penelitian terbagi dalam dua, yaitu *key informan* dan *informan*. *Key informan* terbagi atas para *spin doctor* dari masing-masing pasangan calon gubernur dan calon wakil gubernur DKI Jakarta. Para *spin doctor* yang membuat dan menjalankan program kegiatan. *Informan* dalam

penelitian ini ialah masyarakat yang berpartisipasi dalam pemilihan gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta.

C. Temuan Penelitian

a. Peran *spin doctor* dalam membentuk opini publik.

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti ditemukan sebuah fakta bahwa *spin doctor* sangat berpengaruh terhadap pembentukan opini publik khususnya bagi masyarakat DKI yang melakukan partisipasi politik melalui pilkada DKI 2017. Dari hasil data yang diperoleh kurang lebih 70% dari jumlah *informan* yang dipilih secara acak. Hal ini menunjukkan bahwa *spin doctor* memiliki strategi yang membuat masyarakat lebih berhati-hati dalam memilih calon gubernur dan wakil gubernur yang akan datang. Adanya *spin doctor* membuat masyarakat dapat mengetahui informasi dan berita pasangan calon yang mereka usung dalam masa kampanye Pilkada DKI.

Konsep *spin doctor* pada dasarnya adalah untuk membentuk opini, dalam hal ini khususnya masyarakat DKI Jakarta yang akan ikut berpartisipasi dalam Pilkada DKI Jakarta 2017. seperti yang dijelaskan oleh *key Informan* bapak Noudhy Valdryno bahwa:

“Jadi kalau di Amerika, *spin doctor* ini biasa ya. Kalau di Indonesia masih membingungkan. Kalau di Ameika itu sudah pasti tugasnya untuk membantu Presiden dalam mengiring opini publik dan ahli memutar opini publik. Kalau *spin doctor* di Indonesia itu sebagai pembuat konten. Banyak yang bertanya apa bedanya *digital strategict* dengan *spin doctor*. Sebenarnya ini beda tipis ya. Kalau *digital strategict* itu hanya untuk konten di media saja, namun untuk *spin doctor* ini ada kolaborasi antara membuat konten berita di media dengan orangnya. Intinya *spin doctor* itu kolaborasi antara pembuat konten dengan si paslon. Untuk konsep tergantung orangnya sendiri, apa tanggungjawab dia untuk mengarahkannya kemana. Untuk kami, kami mengarahkannya ke akun resmi. Jadi tujuannya untuk mengarahkan opini publik lebih sistematis dan isinya pun bisa dipertanggungjawabkan.”⁴³

Hal ini menunjukkan bahwa *spin doctor* memiliki pengaruh yang cukup besar bagi masyarakat terutama dalam memperoleh konten informasi dan berita tentang pasangan calon gubernur dan wakil gubenur DKI Jakarta. Akan tetapi masyarakatpun harus lebih berhati-hati dalam menggunakan media sosial dan jangan langsung mempercayai saja apa yang dipublikasikan *spin doctor* karena tidak semua yang dipublikasikan oleh para *spin doctor* adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan.

⁴³ Hasil Wawancara dengan *Key Informan*, Noudhy Valdryno (Pada Tanggal 27 Januari 2017, di DPP GERINDRA)

Begitupun dengan temuan yang diperoleh dilapangan mengenai pengetahuan masyarakat tentang *spin doctor* dan tujuan dibentuknya *spin doctor*, penulis menanyakan peran *spin doctor* bagi masyarakat dan pengetahuan politik masyarakat tentang Pilkada. Sebagian *Informan* mengatakan bahwa mereka mengetahui tentang *spin doctor* dan tujuan dibentuknya *spin doctor*. Sedangkan beberapa *Informan* lain mengatakan jarang sekali mendengar kata *spin doctor* dan tidak mengetahui tujuan dibentuknya *spin doctor*. Seperti yang diungkapkan oleh salah satu *Informan* yaitu Hana Talia bahwa dia tahu apa itu *spin doctor* dan tujuan dibentuknya *spin doctor* adalah “untuk menggiring opini publik.”⁴⁴

Peran *spin doctor* ini sangat memudahkan masyarakat khususnya para partisipan pilkada dalam memilih pasangan calon gubernur dan wakil gubernur untuk mendapatkan informasi-informasi yang sedang terjadi. Peran *spin doctor* dalam membagi berbagai berita dan hanya menyajikan berita-berita yang dapat menaikkan citra atau *image*, dan mengklarifikasi berita-berita yang tidak aktual. *Spin doctor* juga terhubung dengan berbagai media *online* seperti salah satunya adalah media sosial *twitter* yang banyak digandrungi oleh berbagai kalangan, sehingga memudahkan masyarakat untuk bisa mendapatkan informasi dari media *twitter*.

⁴⁴ Hasil Wawancara dengan Hana Talia

Selain itu Penulis juga menanyakan kepada *informan* apakah mereka mengetahui bahwa *spin doctor* juga berhubungan dengan berbagai media online. Seluruh *informan* mengatakan bahwa mereka mengetahui bahwa *spin doctor* berhubungan dengan berbagai media *online* salah satunya adalah *twitter*. Mereka juga menyambut baik bahwa *spin doctor* berhubungan dengan media *twitter*. Seperti yang diungkapkan oleh Rio Herdiansyah “Bagus, karena salah satu media sosial yang simple dan mudah digunakan jadi kita sebagai pengguna sangat mudah mengaksesnya.”⁴⁵ Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat puas dengan media *twitter* karena dapat mudah diakses sehingga mereka pun dengan mudah menerima berita politik dari para *spin doctor*. Mengetahui bahwa berita yang disajikan di media sosial *twitter* dimuat begitu *simple* dan memudahkan pengguna mendapatkan berita politik.

Banyak sekali konten-konten berita yang disajikan dari para *spin doctor* yang kemudian dimuat di media sosial *twitter* dan menjadi berita yang hangat untuk diperbincangkan. Twitter hanya menyajikan 140 karakter, sehingga berita yang dimuat oleh *spin doctor* tidak bertele-tele dan *on point*. Mayoritas *informan* menjawab bahwa mereka sering membuka konten mengenai berita politik dari para *spin doctor* di media sosial *twitter*. Mereka juga menyetujui jika *twitter*

⁴⁵ Hasil Wawancara dengan Rio Herdiansyah

sebagai media yang bagus dalam mewadahi berita politik, termasuk berita Pilkada DKI Jakarta 2017. Seperti yang diungkapkan oleh Syahroni bahwa “*Twitter* mudah diakses oleh semua kalangan, juga mudah diakses untuk membaca berita politik.”⁴⁶

b. Spin doctor dalam kemenangan kandidat calon gubernur dan wakil gubernur pada Pilkada DKI Jakarta 2017.

Keberadaan *spin doctor* sangat dirasakan kehadirannya oleh masyarakat dalam mengetahui informasi-informasi mengenai calon pasangan yang dipilih. Seperti yang diungkapkan oleh Warda Kusuma “Ya bagi masyarakat awam kaya saya mah pasti ngebantu banget. Kasih tau informasi atau berita-berita buat nanti nyoblos.”⁴⁷

Namun, terjadi perubahan ketika masa Pilkada tahun ini dengan tahun 2012 lalu. Karena tahun ini masyarakat lebih menyukai para kandidat calon pasangan gubernur dan wakil gubernur bertemu secara *face-to-face* atau *offline* dibandingkan melalui media.

“Jujurnya kampanye saat ini lebih banyak diarah offline ya. Jadi saya ada di dua tempat, yaitu kampanye di partai dan kampanye Anies-Sandi. Sekarang lebih banyak mereka lebih suka *face-to-face*, berbeda dengan tahun 2012 dimana online itu lebih besar dari sekarang.

⁴⁶ Hasil Wawancara dengan Syahroni

⁴⁷ Hasil Wawancara dengan Warda Kusuma

Dampaknya pun juga besar. Jadi peran masih besar, cuma sekarang lebih banyak di offline.”⁴⁸

D. Pembahasan

Setelah memperoleh data-data dari wawancara di lapangan selama proses penelitian, penulis mencoba melakukan analisis dalam pembahasan dibawah ini. Berdasarkan pijakan dari data-data yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis akan coba menguraikan berdasarkan dengan teori Lilleker bahwa *spin doctor* ini dilakukan untuk memengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat dengan cara menyampaikan informasi yang bias yang menyenangkan kepada masyarakat, agar opini masyarakat tidak berkembang secara negatif atau tidak mengenakan bagi pemerintah. Teori Graber dalam McNair pada tahun 2004, mengemukakan *spin doctor* sebagai sekelompok individu yang mempunyai kemampuan menguasai publik, menggerakkan massa dan menguasai media sekaligus sebagai konseptor politik yang bertujuan untuk mengarahkan opini publik.

⁴⁸ Hasil Wawancara dengan *Key Informan*, Noudhy Valdryno (Pada tanggal 27 Januari 2017 di DPP Partai GERINDRA)

a. Dampak Spin Doctor dalam Pembentukan Opini Publik.

Keberadaan *spin doctor* ditengah-tengah masyarakat menimbulkan berbagai dampak baik yang positif maupun negatif. Pengaruh *spin doctor* untuk publik ini dari tahun 2009-2014 ini meningkat jauh. *Pentingnya spin doctor* ini adalah bahwa kita ini mendapatkan banyak sekali informasi mengenai berita politik. Namun tidak semua yang disampaikan oleh *spin doctor* adalah berita yang benar.

Tidak dapat kita pungkiri bahwa saat ini bahwa *spin doctor* seakan menjadi kebutuhan khususnya bagi politikus dan juga publik. Salah satu wadah yang dihubungkan dengan *spin doctor* adalah melalui media sosial yang diminati oleh masyarakat yaitu aplikasi *twitter*. Potensi media sosial *twitter* dalam dunia politik seakan menurun. Seperti yang di jelaskan oleh bapak Noudhy Valdryno bahwa:

“Twitter ini bisa dibilang mencapai puncaknya 2-3 tahun lalu. Di partai politik secara organisasi ataupun individual masih sangat penting. Semenjak 2014 sampai dengan saat ini banyak sekali *twitter marketing*. Dari membuat fake account sehingga mereka bisa membuat opini publik dengan cara seperti itu. Jadi, kredibilitas *twitter* menjadi turun. Kalau boleh jujur, jika kita lebih percaya berita di *twitter* atau *facebook*, lebih percaya ke *facebook*. Karena *twitter* banyak akun palsu atau fake account. Tapi jika ditanya

potensi masih besar, twitter Indonesia harus ditingkatkan kembali securitiesnya dibanding facebook.”⁴⁹

Teori Graber dalam McNair pada tahun 2004, mengemukakan *spin doctor* sebagai sekelompok individu yang mempunyai kemampuan menguasai publik, menggerakkan massa dan menguasai media sekaligus sebagai konseptor politik yang bertujuan untuk mengarahkan opini publik. Begitu juga dengan temuan lapangan mayoritas informan mengatakan bahwa dengan membaca berita politik di media sosial twitter dapat menambah pengetahuan politik dan demokrasi masyarakat yang tentunya berdampak pada pembentukan opini publik karena mendapatkan informasi dan wawasan baru dari *spin doctor*. Hal ini juga dijelaskan oleh *key informan* Noudhy Valdryno bahwa:

“Jadi kalau di Amerika, spin doctor ini biasa ya. Kalau di Indonesia masih membingungkan. Kalau di Ameika itu sudah pasti tugasnya untuk membantu Presiden dalam mengiring opini publik dan ahli memutar opini publik. Kalau spin doctor di Indonesia itu sebagai pembuat konten. Banyak yang bertanya apa bedanya digital strategict dengan spin doctor. Sebenarnya ini beda tipis ya. Kalau digital strategict itu hanya

⁴⁹ Hasil Wawancara dengan Key Informan, Noudhy Valdryno (Pada tanggal 27 Januari 2017, di DPP Partai GERINDRA)

untuk konten di media saja, namun untuk spin doctor ini ada kolaborasi antara membuat konten berita di media dengan orangnya. Intinya spin doctor itu kolaborasi antara pembuat konten dengan si paslon.”⁵⁰

Hal ini menunjukkan bahwa *spin doctor* pada dasarnya adalah penggiring opini publik di media sosial mereka jadi semakin paham mengenai politik dan perkembangan politik khususnya di Indonesia.

Selain menambah pemahaman masyarakat dalam pengetahuan politik, mayoritas informan juga mengatakan bahwa dengan membaca berita politik di media sosial cukup berdampak pada pembentukan opini masyarakat. Masyarakat lebih aktif dalam keikutsertaannya pada partisipasi politik. Hal ini juga dijelaskan oleh key informan bahwa:

“Karena kemarin saya kan membantu di dua pilkada, yaitu di Jakarta dan Brebes. Dan saya melihat di Brebes, issue issue yang beredar tidak mempengaruhi elektoral si calon. Lain halnya dengan Jakarta. Dan saya pun sekarang tahu issue apa yang akan diserag Pak Basuki misalnya untuk menyerang Pak Agus melalui media sosial.”⁵¹

⁵⁰ Hasil Wawancara dengan *Key Informan*, Noudhy Valdryno (Pada tanggal 27 Januari 2017 di DPP Partai GERINDRA)

⁵¹ Hasil Wawancara dengan *Key Informan*, Rizki AlJupri. (Pada tanggal 7 Maret 2017 di Posko Kemenangan Agus-Sylvi)

Hal ini menunjukkan *spin doctor* dalam membentuk opini publik cukup berdampak terhadap perilaku demokrasi masyarakat salah satunya menjadi partisipan dalam Pilkada DKI Jakarta 2017.

b. Strategi Spin Doctor pada Pemenangan Kandidat Calon Gubernur dan Wakil Gubernur pada Pilkada DKI Jakarta 2017.

Spin doctor dalam upaya pemenangan calon pasangan gubernur dan wakil gubernur pada Pilkada DKI Jakarta 2017 mengalami perubahan dari setiap tahunnya. Ada beberapa sebab salah satunya adalah masyarakat yang sudah bisa memilah dan memilih berita yang benar. Seperti yang diungkapkan oleh Rizki AlJupri :

“Tetap berpengaruh tapi *less influence*. Tapi tidak sebesar pada 2012. Karena masyarakat Indonesia saat ini sudah sangat pintar dan bisa mencari tahu berita yang bisa dipertanggungjawabkan.”⁵²

Spin doctor memiliki strategi khusus pada pemenangan di Pilkada kali ini. Pertama yang harus mereka lakukan adalah membangun citra atau *image* para kandidat calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta. Lalu ketika sedang dalam tahap wawancara, para *spin doctor* harus menggunakan waktu yang diberikan oleh media misalnya untuk mempergunakannya secara efektif

⁵² Hasil Wawancara dengan Key Informan, Rizki AlJupri (Pada tanggal 7 Maret 2017 di Posko Kemenangan Agus-Sylvi)

dan singkat, tidak bertele-tele. Lalu para *spin doctor* diharuskan mempresentasikan fakta-fakta yang selektif, yang benar dan akurat serta dapat dipertanggungjawabkan beritanya. Selain itu *spin doctor* juga diharuskan memilih kata dengan hati-hati, memilih sound bite atau penekanan bicara agar tertata.

Dalam membangun image seorang politikus, spin doctor tidaklah harus berlebihan. Seperti yang diungkapkan oleh Key Informan, Zaenal Mustafa :

“Trik khususnya, bagi *spin doctor* ini dalam membangun image tidak berlebihan. Lalu harus aktual dan sesuai fakta, tidak dibuat-buat.”⁵³

Hal ini menunjukkan bahwa dalam membangun image politik, spin doctor tidak harus berlebih sampai merubah karakter dari sang calon kandidat, tetapi haruslah sesuai fakta dan tidak dibuat-buat.

E. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan. Adapun keterbatasan penelitian ini adalah:

1. Keterbatasan Waktu

Keterbatasan waktu merupakan salah satu hambatan sehingga peneliti mengumpulkan data kurang maksimal. Dikarenakan peneliti pada awal bulan Januari peneliti baru di acc instrument penelitian,

⁵³ Hasil Wawancara dengan *Key Informan*, Zaenal Mustafa (Pada tanggal 28 Maret 2017 di Rumah Lembang, Menteng)

sehingga peneliti hanya memiliki waktu 3 bulan untuk mengejar waktu Pilkada.

2. Keterbatasan Sumber Informasi

Pada saat melakukan wawancara peneliti memiliki keterbatasan pada *informan* dan *key informan*. Dimana aktivitas jadwal kegiatan *informan* cukup padat sehingga peneliti sulit menemukan *informan* yang memiliki waktu luang yang kosong. Begitu juga dengan *key informan* pada saat peneliti ingin melakukan terbentur oleh waktu karena mereka sibuk dengan kegiatan masa kampanye.

3. Keterbatasan Literatur

Buku sumber literatur ini sangat terbatas, karena banyak buku yang sudah tua yang percetakannya belum diperbaiki. Adapun beberapa sumber-sumber buku yang memang dicari cukup sulit.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa *spin doctor* dalam membentuk opini public dan membentuk image Calon Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta 2017 pada umumnya terlebih dahulu mengetahui rekam jejak sang kandidat, dan jajak pendapat tentang tingkat kepupuleran kandidat dalam rangka pembentukan pembentukan *image* (citra). Kandidat dihadapan public atau khalayak pemilih. Berdasarkan data awal tersebut kemudian manajemen pembentukan image (citra) ini dilakukan oleh masing-masing tim *spin doctor* dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta 2017. Disamping itu, strategi pembentukan image dilakukan melalui media social twittr sangatlah berpengaruh terhadap elektabilitas citra politikus.

Namun, dalam kemenangan salah seorang kandidat dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta nyatanya tidak ditentukan oleh kemampuan dari tim *spin doctor* dalam menyusun dan mengimplementasikan strategi komunikasi dalam membentuk dan mempromosikan image melalui pesan-pesan politik kepada khalayak yang bersifat informatif dan persuasif.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti memberikan saran-saran kepada beberapa pihak yang terkait secara langsung maupun tidak langsung atas temuan riset ini:

1. Sebaiknya kepada *spin doctor* dan calon pemimpin agar bisa menanggungjawabkan apa yang dberitakan. Memberikan berita yang benar dan akurat. Hal ini bertujuan agar tujuan kampanye, yaitu mengubah dan mengarahkan perasaan (tanggapan), opini, perilaku dan sikap khalayak pemilih terhadap pesan-pesan disampaikan berhasil dan dapat memenangkan pemilihan.
2. Dalam membentuk image (citra) kandidat dalam hubungannya dengan pembentukan opini publik hendaknya *spin doctor* terlebih dahulu mengetahui kapabilitas dan kompetensi kandidat yang diwakilinya, sehingga terjadi sinergi antara tim *spin doctor* dan kandidat dalam manajemen pembentukan image (citra) dan penyusunan pesan.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Cangara, Dr. Hafied. 2009. *Komunikasi Politik*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cutlip, Scott M., Allen H. Center, & Glen M. Broom. 2000, *Effective Public Relations*, 8th
- Djoenasih S.Sunarjo. *Opini Publik*. 2012. Liberty. edition. New Jersey: Prentice Hall. (Terjemahan: Wibowo, Tri. 2006. *Effective Public* Haji Press.
- Harun, Rochajat dan Sumarno, A.P. (2006). Judul Buku: *Komunikasi Politik sebagai Suatu*
- Lilleker, Daren G. 2005. *Key Concept in Political Communication*. New: Sage Publication
- Mandala, Edward. 2013. *Sistem Kepartaian dan Pemilu di Indonesia*. Penerbit: Stisipol Raja
- Nimmo, Dan D. 2010. *Komunikasi Politik*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Olii, Helena. 2007. *Opini Publik*. Jakarta : PT. Indeks.*Pengantar*. Penerbit CV Mandar Maju: Bandung. *Relations*Penerbit: Pearson Education Inc.Kencana; Prenada Media Group, Jakarta).
- Sastropoetro, Santoso. 2010. *Komunikasi Sosial*. Bandung: Remaja Karya
- Susanto, Astrid Dr. Phil. 2008. *Pendapat Umum*. Bandung: Karya Nusantara
- Wahid, Dr. Umaimah. 2016. *Komunikasi Politik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Sumber Internet

Kampanye Politik. <http://all-about-theory.com/2010/03/pengertian-kampanye.html>, diakses pada 11 Desember 2016).

Sejarah Pemilu Indonesia, <https://jefrihutagalung.com/2014/04/08/sejarah-pemilihan-umum-di-indonesia-hingga-pemilu-2014-indonesia-election-2014/> , diakses pada 11 Desember 2016)

Spin Doctors: Realita Proganda, http://www.kompasiana.com/sensazee/spin-doctors-realita-proganda_55286303f17e616f468b457b

Pengertian Opini Publik, <http://www.landasanteori.com/2015/10/pengertian-opini-publik-definisi-dalam.html>

<http://djorky112.blogspot.co.id/2009/07/spin-doctor.html>

http://www.kemendagri.go.id/media/documents/2016/08/05/u/u/uu_no.10_th_2016.pdf

<http://badanpendapatan.riau.go.id/home/hukum/8495315769-doc-20170202-wa0015.pdf>

<http://megapolitan.kompas.com/read/2016/10/12/11411131/melihat.hasil.survei.pilkada.dki.2017.dari.tiga.lembaga?page=all>

Lampiran 1

KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN

**SPIN DOCTOR DALAM PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK DI MEDIA
SOSIAL TWITTER DALAM PEMENANGAN KANDIDAT CALON
GUBERNUR DAN WAKIL GUBERNUR PADA PILKADA DKI JAKARTA
2017**

Variabel	Dimensi	Indikator	Item Pertanyaan
			Informan
Spin Doctor dalam Pembentukan Opini Publik di Media Sosial Twitter	Menerima dan menyeleksi rangsangan	1. Intensitas membaca berita politik di media sosial <i>twitter</i>	4
		2. Melihat tampilan yang disajikan dalam media sosial <i>twitter</i>	2
		3. Memilih berita politik yang telah disajikan media sosial <i>twitter</i>	3
		4. Melihat tampilan gambar atau video yang disajikan media sosial <i>twitter</i>	7
		5. Membaca berita politik hingga tuntas	6
		6. Memilih pesan dan informasi yang diterima serta disimpan di dalam pikiran pengguna <i>twitter</i> dari berita politik yang di sajikan.	8
	Pengecekan	1. Memperhatikan gambar dan <i>video</i> serta membaca ulang berita yang disampaikan <i>spin doctor</i> di media sosial <i>twitter</i> .	11
		2. Membaca kelanjutan berita politik yang saling berkaitan di media sosial <i>twitter</i> .	9
		3. Menulis cuitan di kolom	

		yang tersedia dan membaca komentar pengguna lain terkait berita kampanye Pilkada DKI Jakarta 2017 di media sosial <i>twitter</i> .	
Penafsiran	1.	Menafsirkan pemahaman yang telah ditetapkan dari pesan dan informasi yang disampaikan <i>spin doctor</i> di media sosial <i>twitter</i> .	14
	2.		10
	3.		12
Mengorganisasi	1.		13
Pendidikan dan pembelajaran politik	1.	Menyajikan berita politik tentang Pilkada DKI Jakarta 2017 yang dapat menambahkan pengetahuan politik dan wawasan mengenai demokrasi.	15
	2.	Memberikan pendidikan politik melalui berita kampanye.	8
Multimedia	1.	Terhubung dengan berbagai media online (Detik.com, Tempo.co, Suara.com, Merdeka.com, Tribunnews.com, Liputan6.com, Kompas.com, dan lain-lain)	3
	2.	Menyajikan berita kampanye dengan gambar, dan <i>video</i> .	7

		3. Tersedia 140 karakter untuk mengirim sebuah tweet.	12
	Interaktif	1. Pengguna <i>twitter</i> dapat menyampaikan kritiknya mengenai berita politik yg disajikan.	12
		2. Pengguna dapat memilih berita yang diinginkan di media sosial <i>twitter</i> .	5
Pemenangan Kandidat Calon Gubernur dan Wakil Gubernur pada Pilkada DKI Jakarta 2017	Kebebasan berpendapat	1. Mengikuti debat kandidat Pilkada.	10
		2. Mengemukakan pendapat dan menyampaikan kritik dan saran pada saat selesainya debat kandidat calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta.	9
	Partisipasi	1. Berpartisipasi dalam pemilihan kepala daerah DKI Jakarta 2017.	7
	Toleransi	1. Menghargai Perbedaan. 2. Saling menghormati antar calon pasangan gubernur dan wakil gubernur yang diusung. 3. Menghargai pendapat orang lain.	8

Lampiran 2

CATATAN LAPANGAN

Jum'at, 13 Januari 2017.

Pembuatan Surat ijin ke BAAK Universitas Negeri Jakarta untuk melakukan penelitian di Rumah Lembang di Jl Lembang No. 25- 27 Menteng, Jakarta Pusat, di DPP Partai Gerindra di Jl. Brawijaya 9 No. 1, Jakarta Selatan, dan di Posko Timses Agus-Sylviana di Wisma Proklamasi Jalan Proklamasi No. 41, Menteng, Jakarta Pusat.

Senin, 16 Januari 2017.

Menghubungi para *spin doctor* dari setiap pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta: Kak Noudhy Valdrino, Kak Rizki AlJupri, dan Mas Hariadhi untuk kesediannya melakukan sesi wawancara sebagai *key informan* dalam Pilkada DKI Jakarta 2017. Dan menanyakan tentang apa saja persyaratan yang dibutuhkan, selain surat dari kampus agar dapat diperbolehkan untuk melakukan penelitian.

Selasa, 17 Januari 2017.

Megambil surat ijin penelitian di BAAK Universitas Negeri Jakarta dan mendapat kabar bahwa Mas Hariadhi tidak bersedia menjadi *key informan* dalam penelitian ini.

Senin, 23 Januari 2017.

Berkonsultasi dengan Dosen Pembimbing mengenai perubahan *key informan* dari salah satu paslon.

Jum'at, 3 Februari 2017.

Melakukan penelitian ke rumah Lembang di Jl. Lembang Nomor 25 dan 27, Menteng, Jakarta Pusat untuk melihat bagaimana kondisi posko kemenangan bagi pasangan Ahok-Djarot.

Jum'at, 27 Januari 2017.

Mewawancarai *key informan* (Noudhy Valdryno) untuk memperoleh data mengenai kinerja *spin doctor* dalam membentuk opini publik di media sosial *twitter*. Data yang diambil peneliti meliputi pemahaman berita politik, potensi media sosial *twitter* dalam dunia politik dan kinerja *spin doctor* dalam Pilkada DKI Jakarta 2017.

Kamis, 2 Maret 2017.

Melakukan penelitian ke roemah djoang bagi pasangan calon Anies Baswedan-Sandiaga Uno, di Jalan Brawijaya IX Nomor 1, Jakarta Selatan.

Senin, 6 Maret 2017.

Berkonsultasi dengan dosen pembimbing mengenai jalannya penelitian dan pengganti untuk *key informan*.

Selasa, 7 Maret 2017.

Mewawancarai *key informan* (Rizky Aljupri) untuk memperoleh data mengenai kinerja *spin doctor* dalam membentuk opini publik di media sosial *twitter*. Data yang diambil peneliti meliputi pemahaman berita politik, potensi media sosial *twitter* dalam dunia politik dan kinerja *spin doctor* dalam Pilkada DKI Jakarta 2017.

Senin, 13 Maret 2017.

Melakukan penelitian berupa wawancara untuk *informan*. Data yang diambil berupa pemahaman tentang *spin doctor*, kinerja *spin doctor*, dan pengaruh media sosial untuk Pilkada DKI Jakarta.

Jum'at 17 Maret 2017.

Berkonsultasi dengan Dosen Pembimbing mengenai penelitian berupa wawancara untuk *informan*.

Senin, 20 Maret 2017.

Melakukan penelitian ke posko pemenangan pasangan AHY-Sylvi yang berlokasi di Wisma Proklamasi Jalan Proklamasi No. 41, Menteng, Jakarta Pusat.

Selasa, 28 Maret 2017.

Mewawancarai *key informan* (Zaenal Mustafa) untuk memperoleh data mengenai kinerja *spin doctor* dalam membentuk opini publik di media sosial *twitter*.

Data yang diambil peneliti meliputi pemahaman berita politik, potensi media sosial *twitter* dalam dunia politik dan kinerja *spin doctor* dalam Pilkada DKI Jakarta 2017.

Jum'at 7 April 2017.

Berkonsultasi dengan Dosen Pembimbing mengenai penelitian dan wawancara dengan *key informan*.

Senin, 10 April 2017.

Melakukan penelitian berupa wawancara untuk *informan*. Data yang diambil berupa pemahaman tentang *spin doctor*, kinerja *spin doctor*, dan pengaruh media sosial untuk Pilkada DKI Jakarta.

Rabu, 12 April 2017.

Melakukan penelitian berupa wawancara untuk *informan*. Data yang diambil berupa pemahaman tentang *spin doctor*, kinerja *spin doctor*, dan pengaruh media sosial untuk Pilkada DKI Jakarta.

Jum'at 14 April 2017.

Melakukan penelitian berupa wawancara untuk *informan*. Data yang diambil berupa pemahaman tentang *spin doctor*, kinerja *spin doctor*, dan pengaruh media sosial untuk Pilkada DKI Jakarta.

Rabu, 17 Mei 2017.

Berkonsultasi dengan Dosen Pembimbing mengenai wawancara untuk *expert opinion* dibidang komunikasi politik.

Selasa, 23 Mei 2017.

Melakukan penelitian berupa wawancara untuk *informan*. Data yang diambil berupa pemahaman tentang *spin doctor*, kinerja *spin doctor*, dan pengaruh media sosial untuk Pilkada DKI Jakarta.

Lampiran 3

PEDOMAN WAWANCARA INFORMAN

A. Data Informan :

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin :
4. Tanggal Wawancara :

B. Pertanyaan :

1. Apakah Anda tahu tentang juru bicara politik atau *spin doctor*?
2. Apa Anda tahu tujuan dibentuknya *spin doctor*?
3. Apa kerja dari *spin doctor* yang berhubungan dengan anda?
4. Hal apakah yang bisa Anda pelajari dari kerja *spin doctor* ini?
5. Menurut Anda adakah peran *spin doctor* bagi masyarakat?
6. Apa yang dilakukan oleh *spin doctor* didalam membentuk opini Anda terhadap calon pasangan gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta?
7. Apa saja kinerja yang dilaksanakan *spin doctor* yang Anda ketahui dalam membentuk opini publik?
8. Bagaimanakah peran Anda dalam partisipasi politik yang ada di lingkungan Anda?

9. Menurut Anda, adakah program khusus yang dilakukan oleh *spin doctor* dalam membangun citra pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta?
10. Adakah pengaruh media sosial dalam Pilkada DKI Jakarta?
11. Apakah Anda termasuk pengguna sosial *twitter*?
12. Menurut Anda apakah media sosial *twitter* adalah media yang bagus dalam mewadahi perkembangan politik saat ini?
13. Menurut Anda adakah kinerja khusus yang dilakukan oleh *spin doctor* di media sosial *twitter*?
14. Menurut Anda apakah tujuan akhir dibentuknya *spin doctor* dalam mengembangkan opini publik di media sosial *twitter*?
15. Menurut Anda adakah hambatan atau kesulitan dengan adanya keterlibatan Anda dalam partisipasi pilkada DKI Jakarta?
16. Apakah Anda merasa terbantu pada keberadaan *spin doctor* di masyarakat dalam mengetahui informasi-informasi mengenai calon pasangan yang Anda pilih?
17. Apakah ada dampak perubahan sudut pandang yang dialami oleh Anda terhadap pasangan calon gubernur dan wakil gubernur yang Anda pilih?
18. Bagaimana pengetahuan politik Anda khususnya mengenai Pilkada DKI Jakarta 2017?

Lampiran 4

PEDOMAN WAWANCARA KEY INFORMAN

A. Data Informan :

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin :
4. Tanggal Wawancara :

B. Pertanyaan :

1. Seberapa sering Anda menggunakan aplikasi *twitter*?
2. Pesan dan informasi apa yang biasanya dapat diterima dan disimpan dalam pikiran Anda, dari berita yang disajikan media sosial *twitter*?
3. Bagaimana potensi media sosial *twitter* dalam dunia politik?
4. Seberapa sering Anda membaca informasi mengenai berita politik tentang Pilkada DKI Jakarta 2017 di media sosial *twitter*?
5. Pemahaman seperti apakah yang Anda dapatkan setelah membaca berita politik tersebut?
6. Apakah Anda membaca berita kampanye yang saling berkaitan di media sosial *twitter*?

7. Dampak seperti apa yang terbentuk setelah Anda membaca berita mengenai Pilkada DKI Jakarta 2017 di media sosial *twitter*? Apakah dampak tersebut mempengaruhi perilaku demokrasi Anda?
8. Bagaimana pengetahuan politik masyarakat khususnya mengenai Pilkada DKI Jakarta 2017?
9. Menurut Anda bagaimana pengaruh media sosial untuk publik?
10. Seberapa besar pemanfaatan media *twitter* sebagai sarana pembentukan opini publik?
11. Bagaimana konsep *spin doctor* dalam pembentukan opini publik?
12. Bagaimana dampak *spin doctor* di media sosial *twitter* terhadap pengetahuan masyarakat?
13. Bagaimana peran *spin doctor* dalam membangun image atau citra politik bagi seorang politikus?
14. Bagaimana sejauh ini peran Anda sebagai *spin doctor* dalam upaya pemenangan calon pasangan gubernur dan wakil gubernur pada Pilkada DKI Jakarta 2017?
15. Adakah trik khusus bagi *spin doctor* dalam memenangkan calon pasangan yang didukung?
16. Apa pesan Anda sebagai *spin doctor* kepada masyarakat terkait Pilkada DKI Jakarta 2017?

Lampiran 5

HASIL WAWANCARA INFORMAN

Data Informan :

1. Nama : Warda Kusuma
2. Umur : 32 tahun
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Tanggal Wawancara : Senin, 13 Maret 2017.

Pertanyaan :

1. Peneliti: Apakah Anda tahu tentang *spin doctor*?

Informan: Tau tapi gak tau-tau banget.

2. Peneliti: Apa Anda tahu tujuan dibentuknya *spin doctor*?

Informan: Sebagai juru bicara mungkin ya, tapi saya kurang paham sih sebenarnya hahaha

3. Peneliti: Apa kerja dari *spin doctor* yang berhubungan dengan anda?

Informan: Mungkin sebagai juru bicara politik itu lebih di tv tv, tapi kalau berhubungan dengan saya langsung ya ga ada ya.

4. Peneliti: Hal apakah yang bisa Anda pelajari dari kerja *spin doctor* ini?

Informan: Ya mereka bagus sih ya suka ngasih informasi. Misalnya, kayak ada program dari pasangan ini bakal begini begini ya mereka ngasih tau, kerjanya bagus.

5. Peneliti: Menurut Anda adakah peran *spin doctor* bagi masyarakat?

Informan: Pastinya ada, kayak yang tadi udah dibilang ya ngasih informasi-informasi.

6. Peneliti: Apa yang dilakukan oleh *spin doctor* didalam membentuk opini Anda terhadap calon pasangan gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta?

Informan: Apa ya? Ya kadang ada berita yang katanya si Ahok begini lah, katanya si Anies begitulah.

7. Peneliti: Apa saja kinerja yang dilaksanakan *spin doctor* yang Anda ketahui dalam membentuk opini publik?

Informan: Ngasih tau ke orang-orang program setiap calon gubernur dan wakil gubernur.

8. Peneliti: Bagaimanakah peran Anda dalam partisipasi politik yang ada di lingkungan Anda?

Informan: Saya ikutan nyoblos nanti.

9. Peneliti: Menurut Anda, adakah program khusus yang dilakukan oleh *spin doctor* dalam membangun citra pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta?

Informan: Ya ada kayaknya, cuma kan itu mah rahasia mereka ya kayaknya. Kan biar ga ketauan haha.

10. Peneliti: Adakah pengaruh media sosial dalam Pilkada DKI Jakarta?

Informan: Ada, kan zaman sekarang orang apa-apa taunya dari media sosial ya. Jadinya pasti berpengaruh.

11. Peneliti: Apakah Anda termasuk pengguna sosial *twitter*?

Informan: Iya saya mah punya semua sosmed kayaknya hahaha.

12. Peneliti: Menurut Anda apakah media sosial *twitter* adalah media yang bagus dalam mewadahi perkembangan politik saat ini?

Informan: Iya sih bagus, soalnya twitter kan singkat-singkat gitu ya cuma beberapa karakter doang. Jadi gak bertele-tele bacanya juga gak pusing.

13. Peneliti: Menurut Anda adakah kinerja khusus yang dilakukan oleh *spin doctor* di media sosial *twitter*?

Informan: Pasti ada, kayaknya mah ada pembagiannya gitu. Ada yang di twitter, facebook.

14. Peneliti: Menurut Anda apakah tujuan akhir dibentuknya *spin doctor* dalam mengembangkan opini publik di media sosial *twitter*?

Informan: Untuk bantuin timses buat menangin pasangan yang dipilih.

15. Peneliti: Menurut Anda adakah hambatan atau kesulitan dengan adanya keterlibatan Anda dalam partisipasi pilkada DKI Jakarta?

Informan: Gak ada sih, saya mah ntar nyoblos mah nyoblos aja.

16. Peneliti: Apakah Anda merasa terbantu pada keberadaan *spin doctor* di masyarakat dalam mengetahui informasi-informasi mengenai calon pasangan yang Anda pilih?

Informan: Ngebantu banget sih sebenarnya, misalnya dari timses Ahok mau ngadain kegiatan apa, trus AHY mau blusukan yang kayak gitu gitu kan kita jadi tau.

17. Peneliti: Apakah ada dampak perubahan sudut pandang yang dialami oleh Anda terhadap pasangan calon gubernur dan wakil gubernur yang Anda pilih?

Informan: Kadang sih ada ya, misalnya saya pernah baca gitu beritanya di facebook, di twitter kalau misalnya pasangan calon si A yang saya kira begini, eh ternyata beda.

18. Peneliti: Bagaimana pengetahuan politik Anda khususnya mengenai Pilkada DKI Jakarta 2017?

Informan: Ya saya sih cuma perhatiin beritanya aja ya, di tv di media sosial.

HASIL WAWANCARA INFORMAN

Data Informan :

1. Nama : Syahroni
2. Umur : 48 tahun
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Tanggal Wawancara : Senin, 13 Maret 2017.

Pertanyaan :

1. Peneliti: Apakah Anda tahu tentang *spin doctor*?

Informan: Lah kaga tau baru denger itu saya haha.

2. Peneliti: Apa Anda tahu tujuan dibentuknya *spin doctor*?

Informan: Wah apa ya? Haha.Kalo juru bicara gitu ya palingan buat bantuin paslon kali ya.

3. Peneliti: Apa kerja dari *spin doctor* yang berhubungan dengan anda?

Informan: Kerjanya apaan ya? Saya kurang tau mbak. Aduh kita mah taunya berita-beritanya aja yang di tv.

4. Peneliti: Hal apakah yang bisa Anda pelajari dari kerja *spin doctor* ini?

Informan: Aduh kita mah ga tau yang kayak gitu gitu.

5. Peneliti: Menurut Anda adakah peran *spin doctor* bagi masyarakat?

Informan: Hahaha apa ya? Ya mungkin buat bantu berjalannya pilkada kali ya.

6. Peneliti: Apa yang dilakukan oleh *spin doctor* didalam membentuk opini Anda terhadap calon pasangan gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta?

Informan: Kalo buat betuk opini sih pasti ada aja, sering itu saya denger berita-berita negatif dari setiap paslon.

7. Peneliti: Apa saja kinerja yang dilaksanakan *spin doctor* yang Anda ketahui dalam membentuk opini publik?

Informan: Bantuin paslon ngasih berita mereka.

8. Peneliti: Bagaimanakah peran Anda dalam partisipasi politik yang ada di lingkungan Anda?

Informan: Saya mah sebagai warga Jakarta pasti nanti nyoblos.

9. Peneliti: Menurut Anda, adakah program khusus yang dilakukan oleh *spin doctor* dalam membangun citra pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta?

Informan: Yang kayak gitu ma ada, cuma saya ga tau.

10. Peneliti: Adakah pengaruh media sosial dalam Pilkada DKI Jakarta?

Informan: Media sosial mah pasti ngaruh ya, anak saya juga sering kasih info dari media sosial.

11. Peneliti: Apakah Anda termasuk pengguna sosial *twitter*?

Informan: Aduh saya gak main yang kayak gitu-gitu mbak haha.

12. Peneliti: Menurut Anda apakah media sosial *twitter* adalah media yang bagus dalam mewadahi perkembangan politik saat ini?

Informan: Iya, karena twitter mudah diakses oleh semua kalangan, juga mudah diakses untuk membaca berita politik.

13. Peneliti: Menurut Anda adakah kinerja khusus yang dilakukan oleh *spin doctor* di media sosial *twitter*?

Informan: Ngga tau saya, ada kali ya.

14. Peneliti: Menurut Anda apakah tujuan akhir dibentuknya *spin doctor* dalam mengembangkan opini publik di media sosial *twitter*?

Informan: Untuk ngasih tau masyarakat kali ya paslon yang dipilih ternyata begini begitu.

15. Peneliti: Menurut Anda adakah hambatan atau kesulitan dengan adanya keterlibatan Anda dalam partisipasi pilkada DKI Jakarta?

Informan: Engga, langsung nyoblos aja.

16. Peneliti: Apakah Anda merasa terbantu pada keberadaan *spin doctor* di masyarakat dalam mengetahui informasi-informasi mengenai calon pasangan yang Anda pilih?

Informan: Ya bagi masyarakat awam kaya saya mah pasti ngebantu banget. Kasih tau informasi atau berita-berita buat nanti nyoblos.

17. Peneliti: Apakah ada dampak perubahan sudut pandang yang dialami oleh Anda terhadap pasangan calon gubernur dan wakil gubernur yang Anda pilih?

Informan: Engga saya mah, kalo udah pilih si A ga bakal berubah. Mau diomongin atau dijelekin kaya gimana juga saya mah tetep dukung hahaha.

18. Peneliti: Bagaimana pengetahuan politik Anda khususnya mengenai Pilkada DKI Jakarta 2017?

Informan: Kalo saya mah kadang suka ngobrol sama warga juga, sama tetangga-tetangga kalo lagi ganti shift. Ngobrol gitu kita jangan sampe salah pilih lah. Ikutin nurani aja kita mah.

HASIL WAWANCARA INFORMAN

Data Informan :

1. Nama : Rio Herdiansyah
2. Umur : 23 tahun
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Tanggal Wawancara : Senin, 10 April 2017.

Pertanyaan :

1. Peneliti: Apakah Anda tahu tentang *spin doctor*?

Informan: Sedikit tahu, pernah denger sih.

2. Peneliti: Apa Anda tahu tujuan dibentuknya *spin doctor*?

Informan: untuk membentuk suatu opini masyarakat, sebagai juru bicara politik.

3. Peneliti: Apa kerja dari *spin doctor* yang berhubungan dengan anda?

Informan: Berhubungan langsung melalui media, iya. Karena saya juga merasa kalau spin doctor ini kurang lebih selalu hadir ditengah-tengah masyarakat.

4. Peneliti: Hal apakah yang bisa Anda pelajari dari kerja *spin doctor* ini?

Informan: Banyak, salah satunya dengan adanya spin doctor kita juga harus pintar memilih berita mana yang benar karena tidak semua spin doctor memberikan berita yang real.

5. Peneliti: Menurut Anda adakah peran *spin doctor* bagi masyarakat?

Informan: Ada, memberikan informasi dan berita misalnya.

6. Peneliti: Apa yang dilakukan oleh *spin doctor* didalam membentuk opini Anda terhadap calon pasangan gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta?

Informan: Contohnya kayak misalnya saya memiliki pemikiran seperti A kepada salah satu paslon, lalu saya membaca berita yang di muat di media oleh spin doctor kemudian merubah pandangan saya terhadap paslon yang saya pilih.

7. Peneliti: Apa saja kinerja yang dilaksanakan *spin doctor* yang Anda ketahui dalam membentuk opini publik?

Informan: Hanya menggiring opini masyarakat saja.

8. Peneliti: Bagaimanakah peran Anda dalam partisipasi politik yang ada di lingkungan Anda?

Informan: Saya hanya ikut untuk mencoblos pemilu nanti.

9. Peneliti: Menurut Anda, adakah program khusus yang dilakukan oleh *spin doctor* dalam membangun citra pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta?

Informan: Kalau itu saya kurang tau.

10. Peneliti: Adakah pengaruh media sosial dalam Pilkada DKI Jakarta?

Informan: Pasti ada, media saat ini seperti virus yang cepat menyebar. Jika ada suatu hal berita, pasti semua orang langsung tahu karena media sosial.

11. Peneliti: Apakah Anda termasuk pengguna sosial *twitter*?

Informan: Iya, saya punya akun twitter dan cukup aktif menggunakannya.

12. Peneliti: Menurut Anda apakah media sosial *twitter* adalah media yang bagus dalam mewadahi perkembangan politik saat ini?

Informan: Bagus, karena salah satu media sosial yang simple dan mudah digunakan jadi kita sebagai pengguna sangat mudah mengaksesnya.

13. Peneliti: Menurut Anda adakah kinerja khusus yang dilakukan oleh *spin doctor* di media sosial *twitter*?

Informan: Mungkin hanya sebagai penggiring opini masyarakat saja.

14. Peneliti: Menurut Anda apakah tujuan akhir dibentuknya *spin doctor* dalam mengembangkan opini publik di media sosial *twitter*?

Informan: Sebagai pendukung salah satu paslon agar menang.

15. Peneliti: Menurut Anda adakah hambatan atau kesulitan dengan adanya keterlibatan Anda dalam partisipasi pilkada DKI Jakarta?

Informan: Sejauh ini sih gak ada.

16. Peneliti: Apakah Anda merasa terbantu pada keberadaan *spin doctor* di masyarakat dalam mengetahui informasi-informasi mengenai calon pasangan yang Anda pilih?

Informan: Bisa dibilang kayak gitu, karena mereka sangat up-to-date.

17. Peneliti: Apakah ada dampak perubahan sudut pandang yang dialami oleh Anda terhadap pasangan calon gubernur dan wakil gubernur yang Anda pilih?

Informan: Nggak sih, saya mah kalau udah dukung dia gak terpengaruh dengan berita-berita yang lain.

18. Peneliti: Bagaimana pengetahuan politik Anda khususnya mengenai Pilkada DKI Jakarta 2017?

Informan: Cuma bisa ngamatin aja sih, sama belajar sedikit sedikit tentang politik karena kebetulan saya mahasiswa politik juga.

HASIL WAWANCARA INFORMAN

Data Informan :

1. Nama : Ayu Apriliana
2. Umur : 20 tahun
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Tanggal Wawancara : Rabu, 12 April 2017.

Pertanyaan :

1. Peneliti: Apakah Anda tahu tentang *spin doctor*?

Informan: Baru denger saya.

2. Peneliti: Apa Anda tahu tujuan dibentuknya *spin doctor*?

*Informan: Buat membentuk opini publik kali ya yang barusan dibilang
haha.*

3. Peneliti: Apa kerja dari *spin doctor* yang berhubungan dengan anda?

*Informan: Kalau membentuk opini publik mungkin berhubungan. Karena
kan dia ada pas kampanye.*

4. Peneliti: Hal apakah yang bisa Anda pelajari dari kerja *spin doctor* ini?

Informan: Kalau hal yang pelajarin apa ya? Mungkin jangan gampang percaya berita di media kali ya.

5. Peneliti: Menurut Anda adakah peran *spin doctor* bagi masyarakat?

Informan: Ada.

6. Peneliti: Apa yang dilakukan oleh *spin doctor* didalam membentuk opini Anda terhadap calon pasangan gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta?

Informan: Ya mereka saling menjelek-jelekan mungkin ya.

7. Peneliti: Apa saja kinerja yang dilaksanakan *spin doctor* yang Anda ketahui dalam membentuk opini publik?

Informan: Cuma nyebarin berita aja tentang calon calon gubernur.

8. Peneliti: Bagaimanakah peran Anda dalam partisipasi politik yang ada di lingkungan Anda?

Informan: Iya, ikutan nyoblos ntar.

9. Peneliti: Menurut Anda, adakah program khusus yang dilakukan oleh *spin doctor* dalam membangun citra pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta?

Informan: Mungkin ada, cuma saya gak tau.

10. Peneliti: Adakah pengaruh media sosial dalam Pilkada DKI Jakarta?

Informan: Ada, semua orang punya hp yang bisa dipake buat sosial media.

11. Peneliti: Apakah Anda termasuk pengguna sosial *twitter*?

Informan: Iya tapi udah jarang ngegunain juga.

12. Peneliti: Menurut Anda apakah media sosial *twitter* adalah media yang bagus dalam mewadahi perkembangan politik saat ini?

Informan: Lumayan sih, emang kebanyakan juga isinya berita-berita semua.

13. Peneliti: Menurut Anda adakah kinerja khusus yang dilakukan oleh *spin doctor* di media sosial *twitter*?

Informan: Kayaknya mah ada, cuma saya kurang tahu.

14. Peneliti: Menurut Anda apakah tujuan akhir dibentuknya *spin doctor* dalam mengembangkan opini publik di media sosial *twitter*?

Informan: Biar calon gubernur yang dipilih bisa menang.

15. Peneliti: Menurut Anda adakah hambatan atau kesulitan dengan adanya keterlibatan Anda dalam partisipasi pilkada DKI Jakarta?

Informan: Enggak ada.

16. Peneliti: Apakah Anda merasa terbantu pada keberadaan *spin doctor* di masyarakat dalam mengetahui informasi-informasi mengenai calon pasangan yang Anda pilih?

Informan: Cukup ngebantu, karena semua bisa diakses tinggal kitanya doang milih beritanya gimana.

17. Peneliti: Apakah ada dampak perubahan sudut pandang yang dialami oleh Anda terhadap pasangan calon gubernur dan wakil gubernur yang Anda pilih?

Informan: Nah itu, kadang sih saya mah kesel aja gitu ya kalo ada yang ngejelek-jelekin calon gubernur yang saya pilih haha.

18. Peneliti: Bagaimana pengetahuan politik Anda khususnya mengenai Pilkada DKI Jakarta 2017?

Informan: Pengetahuan politik saya mah biasa aja ya, sering-sering baca berita aja di media sosial.

HASIL WAWANCARA INFORMAN

Data Informan :

1. Nama : Alex
2. Umur : 43 tahun
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Tanggal Wawancara : Jum'at 14 April 2017.

Pertanyaan :

1. Peneliti: Apakah Anda tahu tentang *spin doctor*?

Informan: Oh juru bicara saya mah tau sedikit-sedikit.

2. Peneliti: Apa Anda tahu tujuan dibentuknya *spin doctor*?

Informan: Menyebarkan berita dan informasi pilkada.

3. Peneliti: Apa kerja dari *spin doctor* yang berhubungan dengan anda?

Informan: Tahunya paling dari tv, gak langsung sih.

4. Peneliti: Hal apakah yang bisa Anda pelajari dari kerja *spin doctor* ini?

Informan: Cari berita yang benar, yang gak benar jangan dipercaya.

5. Peneliti: Menurut Anda adakah peran *spin doctor* bagi masyarakat?

Informan: Ada, sebagai pemberi informasi pilkada.

6. Peneliti: Apa yang dilakukan oleh *spin doctor* didalam membentuk opini

Anda terhadap calon pasangan gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta?

Informan: Bikin kita jadi bingung milih haha. Kadang udah percaya sama si anu jadi ga percaya lagi karena ya itu berita berita negatf tentang dia.

7. Peneliti: Apa saja kinerja yang dilaksanakan *spin doctor* yang Anda ketahui dalam membentuk opini publik?

Informan: Ngasih informasi dan berita.

8. Peneliti: Bagaimanakah peran Anda dalam partisipasi politik yang ada di lingkungan Anda?

Informan: Cuma nyoblos doang nanti saya mah.

9. Peneliti: Menurut Anda, adakah program khusus yang dilakukan oleh *spin doctor* dalam membangun citra pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta?

Informan: Ya ada kayaknya, cuma kan itu mah rahasia mereka ya kayaknya ga semua orang bisa tau.

10. Peneliti: Adakah pengaruh media sosial dalam Pilkada DKI Jakarta?

Informan: Ada, kan semua sekarang apa apa lewat sosial media.

11. Peneliti: Apakah Anda termasuk pengguna sosial *twitter*?

Informan: Ga punya twitter mah, ada facebook.

12. Peneliti: Menurut Anda apakah media sosial *twitter* adalah media yang bagus dalam mewadahi perkembangan politik saat ini?

Informan: Semua media bagus buat dijadiin wadah politik, gimana kitanya aja bener pakenya jangan disalah gunain.

13. Peneliti: Menurut Anda adakah kinerja khusus yang dilakukan oleh *spin doctor* di media sosial *twitter*?

Informan: Kaga tau saya haha.

14. Peneliti: Menurut Anda apakah tujuan akhir dibentuknya *spin doctor* dalam mengembangkan opini publik di media sosial *twitter*?

Informan: Buat bantuin pilkada kayaknya mah.

15. Peneliti: Menurut Anda adakah hambatan atau kesulitan dengan adanya keterlibatan Anda dalam partisipasi pilkada DKI Jakarta?

Informan: Ga ada sih saya mah orangnya juga santai ga dibawa berita yang panas. .

16. Peneliti: Apakah Anda merasa terbantu pada keberadaan *spin doctor* di masyarakat dalam mengetahui informasi-informasi mengenai calon pasangan yang Anda pilih?

Informan: Ngebantu juga biar kita tau paslon yang kita pilih bener apa kagak.

17. Peneliti: Apakah ada dampak perubahan sudut pandang yang dialami oleh Anda terhadap pasangan calon gubernur dan wakil gubernur yang Anda pilih?

Informan: Kaga sih saya mah udah cocok sama yang saya pilih haha.

18. Peneliti: Bagaimana pengetahuan politik Anda khususnya mengenai Pilkada DKI Jakarta 2017?

Informan: Ya merhatiin aja sih dari tv saya mah.

HASIL WAWANCARA INFORMAN

Data Informan :

1. Nama : Hana Talia
2. Umur : 25 tahun
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Tanggal Wawancara : Selasa, 23 Mei 2017.

Pertanyaan :

1. Peneliti: Apakah Anda tahu tentang *spin doctor*?

Informan: Iya tahu.

2. Peneliti: Apa Anda tahu tujuan dibentuknya *spin doctor*?

Informan: Untuk mengarahkan opini publik.

3. Peneliti: Apa kerja dari *spin doctor* yang berhubungan dengan anda?

Informan: Menggiring opini saya dalam memilih paslon yang saya pilih.

4. Peneliti: Hal apakah yang bisa Anda pelajari dari kerja *spin doctor* ini?

Informan: Harus bisa memilah berita mana yang seharusnya bisa dipercaya dan berita mana yang kita hanya sekedar yaudah cukup tahu aja.

5. Peneliti: Menurut Anda adakah peran *spin doctor* bagi masyarakat?

Informan: Pastinya ada.

6. Peneliti: Apa yang dilakukan oleh *spin doctor* didalam membentuk opini Anda terhadap calon pasangan gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta?

Informan: Ngasih tau berita tentang calon pasangan dari setiap paslon yang mendukung.

7. Peneliti: Apa saja kinerja yang dilaksanakan *spin doctor* yang Anda ketahui dalam membentuk opini publik?

Informan: Ngasih tau ke orang-orang program setiap calon gubernur dan wakil gubernur.

8. Peneliti: Bagaimanakah peran Anda dalam partisipasi politik yang ada di lingkungan Anda?

Informan: Saya ikutan nyoblos doang paling.

9. Peneliti: Menurut Anda, adakah program khusus yang dilakukan oleh *spin doctor* dalam membangun citra pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta?

Informan: Ya mungkin dari setiap timses ada spin doctor yang bertugas unuk membentuk opini publik.

10. Peneliti: Adakah pengaruh media sosial dalam Pilkada DKI Jakarta?

Informan: Ada, media sosial sangat membantu proses berjalannya kampanye pilkada ini, jadi menurut saya sangat berpengaruh.

11. Peneliti: Apakah Anda termasuk pengguna sosial *twitter*?

Informan: Iya saya pengguna twitter.

12. Peneliti: Menurut Anda apakah media sosial *twitter* adalah media yang bagus dalam mewadahi perkembangan politik saat ini?

Informan: Bagus, karena twitter hanya ada 140 karakter jadi tidak bertele-tele.

13. Peneliti: Menurut Anda adakah kinerja khusus yang dilakukan oleh *spin doctor* di media sosial *twitter*?

Informan: Pasti ada, cuma saya kurang tau betul.

14. Peneliti: Menurut Anda apakah tujuan akhir dibentuknya *spin doctor* dalam mengembangkan opini publik di media sosial *twitter*?

Informan: Untuk bantuin timses buat menangin pasangan yang dipilih.

15. Peneliti: Menurut Anda adakah hambatan atau kesulitan dengan adanya keterlibatan Anda dalam partisipasi pilkada DKI Jakarta?

Informan: Paling nanti nyoblos.

16. Peneliti: Apakah Anda merasa terbantu pada keberadaan *spin doctor* di masyarakat dalam mengetahui informasi-informasi mengenai calon pasangan yang Anda pilih?

Informan: Cukup membantu, karena dengan adanya mereka kita jadi tau ada hal terbaru apa dari paslon yang kita dukung.

17. Peneliti: Apakah ada dampak perubahan sudut pandang yang dialami oleh Anda terhadap pasangan calon gubernur dan wakil gubernur yang Anda pilih?

Informan: Kadang sih ada, cuma balik lagi ke kitanya aja sih. Kalau saya pribadi gak berubah.

18. Peneliti: Bagaimana pengetahuan politik Anda khususnya mengenai Pilkada DKI Jakarta 2017?

Informan: Belajar dikit-dikit tentang politik.

HASIL WAWANCARA INFORMAN

Data Informan :

1. Nama : Firdaus Habibi
2. Umur : 27 tahun
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Tanggal Wawancara : Selasa, 23 Mei 2017.

Pertanyaan :

1. Peneliti: Apakah Anda tahu tentang *spin doctor*?

Informan: Iya tahu.

2. Peneliti: Apa Anda tahu tujuan dibentuknya *spin doctor*?

Informan: Untuk mengarahkan opini publik.

3. Peneliti: Apa kerja dari *spin doctor* yang berhubungan dengan anda?

Informan: Menggiring opini saya dalam memilih paslon yang saya pilih.

4. Peneliti: Hal apakah yang bisa Anda pelajari dari kerja *spin doctor* ini?

Informan: Harus bisa memilah berita mana yang seharusnya bisa dipercaya dan berita mana yang kita hanya sekedar yaudah cukup tahu aja.

5. Peneliti: Menurut Anda adakah peran *spin doctor* bagi masyarakat?

Informan: Pastinya ada.

6. Peneliti: Apa yang dilakukan oleh *spin doctor* didalam membentuk opini Anda terhadap calon pasangan gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta?

Informan: Ngasih tau berita tentang calon pasangan dari setiap paslon yang mendukung.

7. Peneliti: Apa saja kinerja yang dilaksanakan *spin doctor* yang Anda ketahui dalam membentuk opini publik?

Informan: Ngasih tau ke orang-orang program setiap calon gubernur dan wakil gubernur.

8. Peneliti: Bagaimanakah peran Anda dalam partisipasi politik yang ada di lingkungan Anda?

Informan: Saya ikutan nyoblos doang paling.

9. Peneliti: Menurut Anda, adakah program khusus yang dilakukan oleh *spin doctor* dalam membangun citra pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta?

Informan: Ya mungkin dari setiap timses ada spin doctor yang bertugas untuk membentuk opini publik.

10. Peneliti: Adakah pengaruh media sosial dalam Pilkada DKI Jakarta?

Informan: Ada, media sosial sangat membantu proses berjalannya kampanye pilkada ini, jadi menurut saya sangat berpengaruh.

11. Peneliti: Apakah Anda termasuk pengguna sosial *twitter*?

Informan: Iya saya pengguna twitter.

12. Peneliti: Menurut Anda apakah media sosial *twitter* adalah media yang bagus dalam mewadahi perkembangan politik saat ini?

Informan: Bagus, karena twitter hanya ada 140 karakter jadi tidak bertele-tele.

13. Peneliti: Menurut Anda adakah kinerja khusus yang dilakukan oleh *spin doctor* di media sosial *twitter*?

Informan: Pasti ada, cuma saya kurang tau betul.

14. Peneliti: Menurut Anda apakah tujuan akhir dibentuknya *spin doctor* dalam mengembangkan opini publik di media sosial *twitter*?

Informan: Untuk bantuin timses buat menangin pasangan yang dipilih.

15. Peneliti: Menurut Anda adakah hambatan atau kesulitan dengan adanya keterlibatan Anda dalam partisipasi pilkada DKI Jakarta?

Informan: Paling nanti nyoblos.

16. Peneliti: Apakah Anda merasa terbantu pada keberadaan *spin doctor* di masyarakat dalam mengetahui informasi-informasi mengenai calon pasangan yang Anda pilih?

Informan: Cukup membantu, karena dengan adanya mereka kita jadi tau ada hal terbaru apa dari paslon yang kita dukung.

17. Peneliti: Apakah ada dampak perubahan sudut pandang yang dialami oleh Anda terhadap pasangan calon gubernur dan wakil gubernur yang Anda pilih?

Informan: Kadang sih ada, cuma balik lagi ke kitanya aja sih. Kalau saya pribadi gak berubah.

18. Peneliti: Bagaimana pengetahuan politik Anda khususnya mengenai Pilkada DKI Jakarta 2017?

Informan: Semakin mendalami pentingnya politik.

HASIL WAWANCARA INFORMAN

Data Informan :

1. Nama : Aldiansyah
2. Umur : 27 tahun
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Tanggal Wawancara : Selasa, 23 Mei 2017.

Pertanyaan :

5. Peneliti: Apakah Anda tahu tentang *spin doctor*?

Informan: Iya tahu.

6. Peneliti: Apa Anda tahu tujuan dibentuknya *spin doctor*?

Informan: Untuk mengarahkan opini publik.

7. Peneliti: Apa kerja dari *spin doctor* yang berhubungan dengan anda?

Informan: Menggiring opini saya dalam memilih paslon yang saya pilih.

8. Peneliti: Hal apakah yang bisa Anda pelajari dari kerja *spin doctor* ini?

Informan: Harus bisa memilah berita mana yang seharusnya bisa dipercaya dan berita mana yang kita hanya sekedar yaudah cukup tahu aja.

9. Peneliti: Menurut Anda adakah peran *spin doctor* bagi masyarakat?

Informan: Pastinya ada.

10. Peneliti: Apa yang dilakukan oleh *spin doctor* didalam membentuk opini

Anda terhadap calon pasangan gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta?

Informan: Ngasih tau berita tentang calon pasangan dari setiap paslon yang mendukung.

11. Peneliti: Apa saja kinerja yang dilaksanakan *spin doctor* yang Anda ketahui dalam membentuk opini publik?

Informan: Ngasih tau ke orang-orang program setiap calon gubernur dan wakil gubernur.

12. Peneliti: Bagaimanakah peran Anda dalam partisipasi politik yang ada di lingkungan Anda?

Informan: Saya ikutan nyoblos doang paling.

13. Peneliti: Menurut Anda, adakah program khusus yang dilakukan oleh *spin doctor* dalam membangun citra pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta?

Informan: Ya mungkin dari setiap timses ada spin doctor yang bertugas unuk membentuk opini publik.

14. Peneliti: Adakah pengaruh media sosial dalam Pilkada DKI Jakarta?

Informan: Ada, media sosial sangat membantu proses berjalannya kampanye pilkada ini, jadi menurut saya sangat berpengaruh.

15. Peneliti: Apakah Anda termasuk pengguna sosial *twitter*?

Informan: Iya saya pengguna twitter.

16. Peneliti: Menurut Anda apakah media sosial *twitter* adalah media yang bagus dalam mewadahi perkembangan politik saat ini?

Informan: Bagus, karena twitter hanya ada 140 karakter jadi tidak bertele-tele.

17. Peneliti: Menurut Anda adakah kinerja khusus yang dilakukan oleh *spin doctor* di media sosial *twitter*?

Informan: Pasti ada, cuma saya kurang tau betul.

18. Peneliti: Menurut Anda apakah tujuan akhir dibentuknya *spin doctor* dalam mengembangkan opini publik di media sosial *twitter*?

Informan: Untuk bantuin timses buat menangin pasangan yang dipilih.

19. Peneliti: Menurut Anda adakah hambatan atau kesulitan dengan adanya keterlibatan Anda dalam partisipasi pilkada DKI Jakarta?

Informan: Paling nanti nyoblos.

20. Peneliti: Apakah Anda merasa terbantu pada keberadaan *spin doctor* di masyarakat dalam mengetahui informasi-informasi mengenai calon pasangan yang Anda pilih?

Informan: Cukup membantu, karena dengan adanya mereka kita jadi tau ada hal terbaru apa dari paslon yang kita dukung.

21. Peneliti: Apakah ada dampak perubahan sudut pandang yang dialami oleh Anda terhadap pasangan calon gubernur dan wakil gubernur yang Anda pilih?

Informan: Kadang sih ada, cuma balik lagi ke kitanya aja sih. Kalau saya pribadi gak berubah.

22. Peneliti: Bagaimana pengetahuan politik Anda khususnya mengenai Pilkada DKI Jakarta 2017?

Informan: Semakin tahu bahwa demokrasi di Indonesia semakin baik.

HASIL WAWANCARA INFORMAN

Data Informan :

1. Nama : Anggi Komalasari
2. Umur : 26 tahun
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Tanggal Wawancara : Selasa, 23 Mei 2017.

Pertanyaan :

5. Peneliti: Apakah Anda tahu tentang *spin doctor*?

Informan: Iya tahu.

6. Peneliti: Apa Anda tahu tujuan dibentuknya *spin doctor*?

Informan: Untuk mengarahkan opini publik.

7. Peneliti: Apa kerja dari *spin doctor* yang berhubungan dengan anda?

Informan: Menggiring opini saya dalam memilih paslon yang saya pilih.

8. Peneliti: Hal apakah yang bisa Anda pelajari dari kerja *spin doctor* ini?

Informan: Harus bisa memilah berita mana yang seharusnya bisa dipercaya dan berita mana yang kita hanya sekedar yaudah cukup tahu aja.

9. Peneliti: Menurut Anda adakah peran *spin doctor* bagi masyarakat?

Informan: Pastinya ada.

10. Peneliti: Apa yang dilakukan oleh *spin doctor* didalam membentuk opini Anda terhadap calon pasangan gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta?

Informan: Ngasih tau berita tentang calon pasangan dari setiap paslon yang mendukung.

11. Peneliti: Apa saja kinerja yang dilaksanakan *spin doctor* yang Anda ketahui dalam membentuk opini publik?

Informan: Ngasih tau ke orang-orang program setiap calon gubernur dan wakil gubernur.

12. Peneliti: Bagaimanakah peran Anda dalam partisipasi politik yang ada di lingkungan Anda?

Informan: Saya ikutan nyoblos doang paling.

13. Peneliti: Menurut Anda, adakah program khusus yang dilakukan oleh *spin doctor* dalam membangun citra pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta?

Informan: Ya mungkin dari setiap timses ada spin doctor yang bertugas untuk membentuk opini publik.

14. Peneliti: Adakah pengaruh media sosial dalam Pilkada DKI Jakarta?

Informan: Ada, media sosial sangat membantu proses berjalannya kampanye pilkada ini, jadi menurut saya sangat berpengaruh.

15. Peneliti: Apakah Anda termasuk pengguna sosial *twitter*?

Informan: Iya saya pengguna twitter.

16. Peneliti: Menurut Anda apakah media sosial *twitter* adalah media yang bagus dalam mewadahi perkembangan politik saat ini?

Informan: Bagus, karena twitter hanya ada 140 karakter jadi tidak bertele-tele.

17. Peneliti: Menurut Anda adakah kinerja khusus yang dilakukan oleh *spin doctor* di media sosial *twitter*?

Informan: Pasti ada, cuma saya kurang tau betul.

18. Peneliti: Menurut Anda apakah tujuan akhir dibentuknya *spin doctor* dalam mengembangkan opini publik di media sosial *twitter*?

Informan: Untuk bantuin timses buat menangin pasangan yang dipilih.

19. Peneliti: Menurut Anda adakah hambatan atau kesulitan dengan adanya keterlibatan Anda dalam partisipasi pilkada DKI Jakarta?

Informan: Paling nanti nyoblos.

20. Peneliti: Apakah Anda merasa terbantu pada keberadaan *spin doctor* di masyarakat dalam mengetahui informasi-informasi mengenai calon pasangan yang Anda pilih?

Informan: Cukup membantu, karena dengan adanya mereka kita jadi tau ada hal terbaru apa dari paslon yang kita dukung.

21. Peneliti: Apakah ada dampak perubahan sudut pandang yang dialami oleh Anda terhadap pasangan calon gubernur dan wakil gubernur yang Anda pilih?

Informan: Kadang sih ada, cuma balik lagi ke kitanya aja sih. Kalau saya pribadi gak berubah.

22. Peneliti: Bagaimana pengetahuan politik Anda khususnya mengenai Pilkada DKI Jakarta 2017?

Informan: Cukup mengerti tentang pilkada kali ini.

HASIL WAWANCARA INFORMAN

Data Informan :

1. Nama : Agus Widodo
2. Umur : 24 tahun
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Tanggal Wawancara : Selasa, 23 Mei 2017.

Pertanyaan :

1. Peneliti: Apakah Anda tahu tentang *spin doctor*?

Informan: Iya tahu.

2. Peneliti: Apa Anda tahu tujuan dibentuknya *spin doctor*?

Informan: Untuk mengarahkan opini publik.

3. Peneliti: Apa kerja dari *spin doctor* yang berhubungan dengan anda?

Informan: Menggiring opini saya dalam memilih paslon yang saya pilih.

4. Peneliti: Hal apakah yang bisa Anda pelajari dari kerja *spin doctor* ini?

Informan: Harus bisa memilah berita mana yang seharusnya bisa dipercaya dan berita mana yang kita hanya sekedar yaudah cukup tahu aja.

5. Peneliti: Menurut Anda adakah peran *spin doctor* bagi masyarakat?

Informan: Pastinya ada.

6. Peneliti: Apa yang dilakukan oleh *spin doctor* didalam membentuk opini Anda terhadap calon pasangan gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta?

Informan: Ngasih tau berita tentang calon pasangan dari setiap paslon yang mendukung.

7. Peneliti: Apa saja kinerja yang dilaksanakan *spin doctor* yang Anda ketahui dalam membentuk opini publik?

Informan: Ngasih tau ke orang-orang program setiap calon gubernur dan wakil gubernur.

8. Peneliti: Bagaimanakah peran Anda dalam partisipasi politik yang ada di lingkungan Anda?

Informan: Saya ikutan nyoblos doang paling.

9. Peneliti: Menurut Anda, adakah program khusus yang dilakukan oleh *spin doctor* dalam membangun citra pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta?

Informan: Ya mungkin dari setiap timses ada spin doctor yang bertugas unuk membentuk opini publik.

10. Peneliti: Adakah pengaruh media sosial dalam Pilkada DKI Jakarta?

Informan: Ada, media sosial sangat membantu proses berjalannya kampanye pilkada ini, jadi menurut saya sangat berpengaruh.

11. Peneliti: Apakah Anda termasuk pengguna sosial *twitter*?

Informan: Iya saya pengguna twitter.

12. Peneliti: Menurut Anda apakah media sosial *twitter* adalah media yang bagus dalam mewadahi perkembangan politik saat ini?

Informan: Bagus, karena twitter hanya ada 140 karakter jadi tidak bertele-tele.

13. Peneliti: Menurut Anda adakah kinerja khusus yang dilakukan oleh *spin doctor* di media sosial *twitter*?

Informan: Pasti ada, cuma saya kurang tau betul.

14. Peneliti: Menurut Anda apakah tujuan akhir dibentuknya *spin doctor* dalam mengembangkan opini publik di media sosial *twitter*?

Informan: Untuk bantuin timses buat menangin pasangan yang dipilih.

15. Peneliti: Menurut Anda adakah hambatan atau kesulitan dengan adanya keterlibatan Anda dalam partisipasi pilkada DKI Jakarta?

Informan: Paling nanti nyoblos.

16. Peneliti: Apakah Anda merasa terbantu pada keberadaan *spin doctor* di masyarakat dalam mengetahui informasi-informasi mengenai calon pasangan yang Anda pilih?

Informan: Cukup membantu, karena dengan adanya mereka kita jadi tau ada hal terbaru apa dari paslon yang kita dukung.

17. Peneliti: Apakah ada dampak perubahan sudut pandang yang dialami oleh Anda terhadap pasangan calon gubernur dan wakil gubernur yang Anda pilih?

Informan: Kadang sih ada, cuma balik lagi ke kitanya aja sih. Kalau saya pribadi gak berubah.

18. Peneliti: Bagaimana pengetahuan politik Anda khususnya mengenai Pilkada DKI Jakarta 2017?

Informan: Belajar dikit-dikit tentang politik.

Lampiran 7

HASIL WAWANCARA KEY INFORMAN

Key Informan 1

Nama : Noudhy Valdryno

Umur : 24 tahun

Jabatan : Digital Strategist and Spokesperson of GERINDRA

Hari/Tanggal : Jum'at, 27 Januari 2017.

1. Peneliti: Seberapa sering Anda menggunakan aplikasi twitter?

Key Informan: Sebagai digital strategist, saya membuka aplikasi twitter minimal sejam 2-3 kali, kalau satu hari bisa 56 kali. Tapi jika ada moment penting, intensitas membuka twitter ditambah.

2. Peneliti: Pesan dan informasi apa yang biasanya dapat diterima dan disimpan dalam pikiran Anda, dari berita yang disajikan media sosial twitter?

Key Informan: Sebenarnya kalau pesan itu berbeda antara twitter dengan facebook. Kalau di facebook, orang membuat pesan dalam konteks yang panjang dan sangat mendetail. Kalau twitter, pesan yang kita dapat itu singkat, lalu yang paling penting adalah aktual.

3. Peneliti: Bagaimana potensi media sosial twitter dalam dunia politik?

Key Informan: Twitter ini bisa dibilang mencapai puncaknya 2-3 tahun lalu. Di partai politik secara organisasi ataupun individual masih sangat penting. Semenjak 2014 sampai dengan saat ini banyak sekali twitter marketing. Dari membuat fake account sehingga mereka bisa membuat opini publik dengan cara seperti itu. Jadi, kredibilitas twitter menjadi turun. Kalau boleh jujur, jika kita lebih percaya berita di twitter atau facebook, lebih percaya ke facebook. Karena twitter banyak akun palsu atau fake account. Tapi jika ditanya potensi masih besar, twitter Indonesia harus ditingkatkan kembali securitiesnya dibanding facebook.

4. Peneliti: Seberapa sering Anda membaca informasi mengenai berita politik tentang Pilkada DKI Jakarta 2017 di media sosial twitter?

Key Informan: Sering, karena muncul terus di timeline. Cuma pertanyaannya aktual tidaknya berita itu.

5. Peneliti: Pemahaman seperti apakah yang Anda dapatkan setelah membaca berita politik tersebut?

Key Informan: Berita politik itu ada dua: berita politik kejadian dan berita opini. Kalau kita bertanya di twitter, itu berita opini. Meskipun memang ada beberapa berita kejadian seperti kompas, viva. Kalau pemahaman didapat dari berita opini. Berita opini seperti membuat website contohnya hampir semua jubir

pilkada punya website sendiri. Bisa dibidang berita, tapi sebenarnya ada opini atau pemahaman mereka sendiri. Ya paling pemahamannya bahwa politik di Indonesia itu dinamis. Dalam artian demokrasi kita sangat terbuka, semua orang bisa membuat kontennya sendiri. Jadi yang namanya user generated content (UGC) itu sangat nyata di dunia perpolitikan Indonesia. Ini yang sebenarnya menjadi potensi Indonesia kedepan, asal bisa menjaga konten-konten ini mengarah ke hal-hal yang baik dan itu sangat membantu sekali untuk demokrasi kita kedepan. Dan pengamat politik pun sebenarnya adalah pabrik berita politik, karena pengamat politik ini yang setiap harinya menciptakan konten.

6. Peneliti: Apakah Anda membaca berita kampanye yang saling berkaitan di media sosial twitter?

Key Informan: Jelas, karena kita tidak membaca berita dari kita sendiri tapi kita membaca berita dari orang lain. Jadi pasti bersinggungan.

7. Peneliti: Dampak seperti apa yang terbentuk setelah Anda membaca berita mengenai Pilkada DKI Jakarta 2017 di media sosial twitter? Apakah dampak tersebut mempengaruhi perilaku demokrasi Anda?

Key Informan: Saya termasuk orang yang sangat optimistis. Sejak 2011 saya sudah mengikuti demokrasi online ya, meskipun memang demokrasi kita ini masih banyak PR. Dengan beberapa kejadian beberapa bulan terakhir, secara keseluruhan saya masih optimistis bahwa setelah membaca berita di twitter saya

merasa bahwa demokrasi kita ini sedang berjalan ke arah yang benar. Untuk perilaku demokrasi kita, sudah berjalan dari sejak dahulu. Ketika zaman order baru ketika ribuan mahasiswa meminta Pak Soeharto mundur, tidak ada tuntutan. Tuntutannya Cuma satu, yaitu demokrasi. Nah perilaku demokrasi kita ini yang harus dipertahankan. Kita yang memilih untuk kita ini demokrasi. Jadi jangan sampai kejadian-kejadian yang berlangsung di masyarakat ini mempengaruhi perilaku demokrasi kita, harus tetap dipertahankan.

8. Peneliti: Bagaimana pengetahuan politik masyarakat khususnya mengenai Pilkada DKI Jakarta 2017?

Key Informan: Tingkat pendidikan politik masyarakat DKI ini terpecah. Ada yang sudah paham akan pengetahuan politik, nah ada pula masyarakat DKI yang tinggal di beberapa wilayah yang memang belum sepenuhnya mendapatkan pengetahuan politik. Contohnya Jakarta Selatan. Kenapa bisa Pak Anies dan Pak Sandi basis terbesar di Jakarta Selatan? Karena selain mereka mengenal Pak Anies ini sebagai mantan menteri, mereka juga senang dengan program OK OCE ini, nah mereka ini yang sudah memiliki pengetahuan politik yang tinggi ini berpendapat bahwa daripada saya dikasih duit mending saya dikasih ladang bisnis. Gitu. Nah ini yang di Jakarta Selatan. Lain halnya ketika di Jakarta Timur, itu gak bisa dompleng, apalagi di Jakarta Utara yang wilayah pelabuhan. Nah pengennya Pak Sandi ini yang notabenenya adalah pengusaha, ingin semua rata gak hanya di wilayah tertentu saja. Nah ini sebenarnya yang menjadi PR

buat kita agar masyarakat Indonesia khususnya masyarakat DKI ini bisa memahami pendidikan politik secara merata dan menyeluruh.

9. Peneliti: Menurut Anda bagaimana pengaruh media sosial untuk publik?

Key Informan: Pengaruh media sosial untuk publik ini dari tahun 2009-2014 ini meningkat jauh. Pentingnya media sosial ini ada rasa bahwa kita ini memiliki yang mana pasti ada kelebihan dan ada kekurangannya. Nah ini kelebihan media sosial. Terkadang kita itu merasa bebas. Apa yang paling berbahaya? Asal share. Nah kadang saya melihat ada berita dengan isi konten berita yang bohong dengan judul berita yang heboh pula nah tiba-tiba menjadi viral. Itulah kenapa media sosial ini sangat berpengaruh untuk publik.

10. Peneliti: Seberapa besar pemanfaatan media twitter sebagai sarana pembentukan opini publik?

Key Informan: Besar, karena paling cepat dan paling mudah diakses maka paling banyak digunakan. Karena untuk twitter itu interaksinya lebih gampang.

11. Peneliti: Bagaimana konsep spin doctor dalam pembentukan opini publik?

Key Informan: Jadi kalau di Amerika, spin doctor ini biasa ya. Kalau di Indonesia masih membingungkan. Kalau di Ameika itu sudah pasti tugasnya untuk membantu Presiden dalam mengiring opini publik dan ahli memutar opini publik. Kalau spin doctor di Indonesia itu sebagai pembuat konten. Banyak yang

bertanya apa bedanya digital strategict dengan spin doctor. Sebenarnya ini beda tipis ya. Kalau digital strategict itu hanya untuk konten di media saja, namun untuk spin doctor ini ada kolaborasi antara membuat konten berita di media dengan orangnya. Intinya spin doctor itu kolaborasi antara pembuat konten dengan si paslon.

Untuk konsep tergantung orangnya sendiri, apa tanggungjawab dia untuk mengarahkannya kemana. Untuk kami, kami mengarahkannya ke akun resmi. Jadi tujuannya untuk mengarahkan opini publik lebih sistematis dan isinya pun bisa dipertanggungjawabkan.

12. Peneliti: Bagaimana dampak spin doctor di media sosial twitter terhadap pengetahuan masyarakat?

Key Informan: Dampak sangat besar ya.

13. Peneliti: Bagaimana peran spin doctor dalam membangun image atau citra politik bagi seorang politikus?

Key Informan: Sebenarnya besar, seperti yang tadi dijelaskan. Tambahannya adalah ada perbaikan regulasi untuk regulasi yang paling gampang dikadalin. Contohnya lembaga survey resmi KPU yang banyak sekali lembaga-lembaga yang kurang terdengar. Karena itu belum tahu kantornya dimana, wujudnya seperti apa. Jika soal ini harusnya menjadi tanggungjawab KPU, apakah berita

ini valid atau tidak. Nah ini yang sebenarnya bisa saja orang dengan mudah membuat opini.

14. Peneliti: Bagaimana sejauh ini peran Anda sebagai spin doctor dalam upaya pemenangan calon pasangan gubernur dan wakil gubernur pada Pilkada DKI Jakarta 2017?

Key Informan: Jujurnya kampanye saat ini lebih banyak diarah offline ya. Jadi saya ada di dua tempat, yaitu kampanye di partai dan kampanye Anies-Sandi. Sekarang lebih bnyak meeka lebih suka face-to-face, berbeda dengan tahun 2012 dimana online itu lebih besar dari sekarang. Dampaknya pun juga besar. Jadi peran masih besar, cuma sekarang lebih banyak di offline.

15. Peneliti: Adakah trik khusus bagi spin doctor dalam memenangkan calon pasangan yang didukung?

Key Informan: Sebenarnya trik khusus itu banyak, cuma pertanyaannya yang mana yang mau dilakuin. Sebenarnya yang paling penting adalah sesering mungkin menjawab pertanyaan yang muncul di media soosial. Entah klifikasi atau ucapan termakasih.

16. Peneliti: Apa pesan Anda sebagai spin doctor kepada masyarakat terkait Pilkada DKI Jakarta 2017?

Key Informan: Paling penting adalah pinter-pinter mencari informasi, pinter-pinter memilih berita dan yang paling penting adalah mengontrol emosi. Dan yang paling penting adalah di cek calonnya, apakah dia punya visi jangka panjang dan bisa membangun Jakarta lebih baik lagi. Mau membangun kota maunya membangun seperti apa, nah itu yang harus dicek.

HASIL WAWANCARA KEY INFORMAN

Key Informan 2

Nama : Rizki AlJupri

Umur : 25 tahun

Jabatan : Staff Ahli Ketua Komisi VI DPR RI

Hari/Tanggal : Selasa, 7 Maret 2017.

1. Peneliti: Seberapa sering Anda menggunakan aplikasi twitter?

Key Informan: Setiap hari. 5-10 menit dari pagi, siang, sore, sampai malam.

2. Peneliti: Pesan dan informasi apa yang biasanya dapat diterima dan disimpan dalam pikiran Anda, dari berita yang disajikan media sosial twitter?

Key Informan: Biasanya apa yang terjadi di hari itu, atau issue yang lagi hangat terjadi. Itu kita dapat informasinya dari twitter. Karena ada juga banyak masyarakat Indonesia yang tidak menggunakan twitter.

3. Peneliti: Bagaimana potensi media sosial twitter dalam dunia politik?

Key Informan: Sangat besar, twitter itu saya lihat hanya tools yang digunakan untuk khalayak ramai seperti media. Tapi mungkin bedanya tidak ada filter

disitu, jadi setiap orang bebas menyampaikan apa yang ingin disampaikan. Jadi, seperti media tapi yang bebas.

4. Peneliti: Seberapa sering Anda membaca informasi mengenai berita politik tentang Pilkada DKI Jakarta 2017 di media sosial twitter?

Key Informan: Setiap kali membuka twitter pasti saya spent time untuk membaca berita politik, seperti tentang pilgub DKI Jakarta dan issue yang lagi hangat dibicarakan.

5. Peneliti: Pemahaman seperti apakah yang Anda dapatkan setelah membaca berita politik tersebut?

Key Informan: Pemahaman wah ternyata tidak semua orang itu satu pemikiran dengan kita. Kita bisa aja bilang si A performersnya paling bagus karena ini dan itu, dan si B menyanggah dengan alasan yang masuk akal. Nah dari twitter kita bisa lihat apa yang orang lain pikirkan.

6. Peneliti: Apakah Anda membaca berita kampanye yang saling berkaitan di media sosial twitter?

Key Informan: Tentu.

7. Peneliti: Dampak seperti apa yang terbentuk setelah Anda membaca berita mengenai Pilkada DKI Jakarta 2017 di media sosial twitter? Apakah dampak tersebut mempengaruhi perilaku demokrasi Anda?

Key Informan: Karena kemarin saya kan membantu di dua pilkada, yaitu di Jakarta dan Brebes. Dan saya melihat di Brebes, issue issue yang beredar tidak mempengaruhi elektoral si calon. Lain halnya dengan Jakarta. Dan saya pun sekarang tahu issue apa yang akan diserag Pak Basuki misalnya untuk menyerang Pak Agus melalui media sosial.

8. Peneliti: Bagaimana pengetahuan politik masyarakat khususnya mengenai Pilkada DKI Jakarta 2017?

Key Informan: Sudah cukup bagus, tapi mungkin masih sangat mudah digiring opininya, masih mudah terprovokasi dan belum bisa melihat secara obyektif. Itu berbeda dengan netral. Tapi kamu harus bisa obyektif melihat mana yang betul dan mana yang salah.

9. Peneliti: Menurut Anda bagaimana pengaruh media sosial untuk publik?

Key Informan: Untuk daerah lain belum terlalu, tapi di kota-kota besar itu sangat berpengaruh. Misalnya si A tinggal di Bekasi, tapi kerja di Jakarta. Ketika Ahmad Dhani mencalonkan diri sebagai walikota Bekasi, si A yang tinggal di Bekasi pun melakukan interaksi dengan rekan kerjanya di Jakarta yang misalnya rekannya itu tidak suka dengan Ahmad Dhani karena terpengaruh

oleh media kemudian dengan mudah memprovokasi. Tapi berbeda dengan wilayah Banten, seperti dikota besarnya seperti BSD itu sangat berpengaruh, berbeda dengan Cilegon.

10. Peneliti: Seberapa besar pemanfaatan media twitter sebagai sarana pembentukan opini publik?

Key Informan: Sangat besar di Jakarta. Seperti Pak Anies yang santun, Pak Ahok yang tegas tapi kasar, lalu Pak Agus yang masih ingusan, itu sangat mudah digiring opininya di media sosial twitter.

11. Peneliti: Bagaimana konsep spin doctor dalam pembentukan opini publik?

Key Informan: Spin doctor itu menggiring opini. Misalnya sebenarnya dia itu kasar, lalu diubah menjadi tegas.

12. Bagaimana dampak spin doctor di media sosial twitter terhadap pengetahuan masyarakat?

KeyInforman: Selama masyarakat obyektif dan mencari tahu apa yang terjadi.

13. Peneliti: Bagaimana peran spin doctor dalam membangun image atau citra politik bagi seorang politikus?

Key Informan: Sangat berpengaruh, tapi sebisa mungkin menurut saya spin doctor itu tidak merubah citra dari orang itu sendiri.

14. Peneliti: Bagaimana sejauh ini peran Anda sebagai spin doctor dalam upaya pemenangan calon pasangan gubernur dan wakil gubernur pada Pilkada DKI Jakarta 2017?

Key Informan: Tetap berpengaruh tapi less influence. Tapi tidak sebesar pada 2012. Karena masyarakat Indonesia saat ini sudah sangat pintar dan bisa mencari tahu berita yang bisa dipertanggungjawabkan.

15. Peneliti: Adakah trik khusus bagi spin doctor dalam memenangkan calon pasangan yang didukung?

Key Informan: Trik khususnya adalah konsisten. Misalnya Pak Jokowi sudah dicitrakan dengan sosok yang sederhana, jangan sampai blunder ketika suatu hari nanti Pak Jokowi memakai jam tangan seharga 1 Milyar.

16. Peneliti: Apa pesan Anda sebagai spin doctor kepada masyarakat terkait Pilkada DKI Jakarta 2017?

Key Informan: Jangan terima informasi mentah-mentah, cari tahu dan berusaha berpikir obyektif.

HASIL WAWANCARA KEY INFORMAN

Key Informan 3

Nama : Zaenal Mustafa

Umur : 26 tahun

Jabatan : Komunitas Ahok

Hari/Tanggal : Selasa, 28 Maret 2017.

1. Peneliti: Seberapa sering Anda menggunakan aplikasi twitter?

Key Informan: Sering sekali, untuk kisaran waktunya bisa sehari buka 25 kali, rata-rata sekali buka itu bisa 10-15 menit.

2. Peneliti: Pesan dan informasi apa yang biasanya dapat diterima dan disimpan dalam pikiran Anda, dari berita yang disajikan media sosial twitter?

Key Informan: Karena sekarang sedang yang hangatnya adalah pilkada, maka saya berita yang saya terima adalah issue yang berembang saat ini dan tentang pilkada.

3. Peneliti: Bagaimana potensi media sosial twitter dalam dunia politik?

Key Informan: Sangat besar, media sosial saat ini tidak terbatas digunakan oleh usia manapun, termasuk twitter. Dalam dunia politik, twitter bisa dijadikan sebagai wadah untuk mengetahui perkembangan issue yang terjadi.

4. Peneliti: Seberapa sering Anda membaca informasi mengenai berita politik tentang Pilkada DKI Jakarta 2017 di media sosial twitter?

Key Informan: Sering sekali, karena beritanya selalu muncul di timeline, dan setiap saya buka twiter pasti saya membaca berita politik.

5. Peneliti: Pemahaman seperti apakah yang Anda dapatkan setelah membaca berita politik tersebut?

Key Informan: Pemahaman bahwa setiap orang memiliki pendapat yang berbeda. Setiap orang memiliki opini dan pemikiran yang berbeda.

6. Peneliti: Apakah Anda membaca berita kampanye yang saling berkaitan di media sosial twitter?

Key Informan: Iya pasti.

7. Peneliti: Dampak seperti apa yang terbentuk setelah Anda membaca berita mengenai Pilkada DKI Jakarta 2017 di media sosial twitter? Apakah dampak tersebut mempengaruhi perilaku demokrasi Anda?

Key Informan: Berbeda daerah, berbeda pula dampak dari suatu berita politik apalagi mengenai pilkada. Jika di kota-kota besar mempengaruhi si paslon, tapi jika di daerah itu belum tentu.

8. Peneliti: Bagaimana pengetahuan politik masyarakat khususnya mengenai Pilkada DKI Jakarta 2017?

Key Informan: Sudah bagus, tapi mungkin masih sangat mudah terprovokasi dan dibentuk opininya.

9. Peneliti: Menurut Anda bagaimana pengaruh media sosial untuk publik?

Key Informan: Sanga berpengaruh, kita hidup di zaman dimana anak kecil saja sudah bisa mengakses media sosial. Maka dari itu banyak sekali berita-berita yang mereka tidak bisa memilah mana yang benar dan mana yang salah.

10. Peneliti: Seberapa besar pemanfaatan media twitter sebagai sarana pembentukan opini publik?

Key Informan: Sangat besar. Karena twitter seperti tools maka kita pun bisa dengan mudah membuat opini publik di twitter.

11. Peneliti: Bagaimana konsep spin doctor dalam pembentukan opini publik?

Key Informan: Spin doctor pada dasarnya adalah sebagai pembentuk image atau citra. Maka sepinter-pinternya spin doctor membuat citra yang baik tapi tidak merubah.

12. Bagaimana dampak spin doctor di media sosial twitter terhadap pengetahuan masyarakat?

Key Informan: Dampaknya masyarakat masih saja mudah tergiring tanpa tahu mana yang benar dan mana yang salah.

13. Peneliti: Bagaimana peran spin doctor dalam membangun image atau citra politik bagi seorang politikus?

Key Informan: Sangat besar. Asal si spin doctor ini konsisten dan tidak terlalu dibuat-buat dalam membentuk image itu sendiri.

14. Peneliti: Bagaimana sejauh ini peran Anda sebagai spin doctor dalam upaya pemenangan calon pasangan gubernur dan wakil gubernur pada Pilkada DKI Jakarta 2017?

Key Informan: Masih berpengaruh besar, tapi memang saat ini berbeda ketika masa pilkada 2012 lalu. Namun masih cukup berpengaruh.

15. Peneliti: Adakah trik khusus bagi spin doctor dalam memenangkan calon pasangan yang didukung?

Key Informan: Trik khususnya, bagi spin doctor ini dalam membangun image tidak berlebihan. Lalu harus aktual dan sesuai fakta, tidak dibuat-buat.

16. Peneliti: Apa pesan Anda sebagai spin doctor kepada masyarakat terkait Pilkada DKI Jakarta 2017?

Key Informan: Harus jadi masyarakat yang cerdas, boleh kritis tapi harus cerdas dalam memilih berita dan kontrol emosi juga sih yang paling penting.

LAMPIRAN FOTO

Lokasi Posko Kemenangan Bagi Setiap Pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta 2017

1. Posko Kemenangan Agus-Sylvi



2. Rumah Lembang



3. Roemah Joeang



Ruang kerja Spin doctor bagi pasangan Anies-Sandi yang beralamat di DPP Partai Gerindra

LAMPIRAN FOTO

Wawancara Dengan *Informan*



Wawancara dengan informan, Agus Widodo (24thn) - Mahasiswa



Wawancara dengan informan, Anggi Komalasari (26thn) - Ibu Rumah Tangga



Wawancara dengan informan, Firdaus Habibi (27thn) – Wiraswasta



Wawancara dengan informan, Aldiansyah (28thn) – Pegawai Swasta



Wawancara dengan informan, ibu Wardah Kusuma (32thn) - Ibu Rumah Tangga



Wawancara dengan informan, Mbak Ayu Apriliana (20thn) - Mahasiswi



Wawancara dengan informan, Bapak Syahroni (48thn) - Satpam



Wawancara dengan informan, Mas Ryo Herdiansyah (23thn) - Mahasiswa



Wawancara dengan informan, Bapak Alex (43thn) - Pegawai Swasta



Wawancara dengan informan, Hana Talia (25thn) - Mahasiswi

LAMPIRAN FOTO

Wawancara dengan *Key Informan*



Wawancara dengan key informan, Bapak Rizki AlJupri (25thn) - Staff Ahli Ketua

Komisi VI DPR RI



Wawancara dengan key informan, Bapak Noudhy Valdryno (24thn)- Digital Strategist and Spokesperson of GERINDRA

RIWAYAT HIDUP



AGITA TRIA ANGGRAENI, Dilahirkan di Bekasi pada tanggal 20 April 1994. Anak ketiga dari empat bersaudara pasangan dari Alm.Nasir dan Edong Rosmiati. Peneliti saat ini tinggal di Kp. Ciketing, Jl. Bayan II RT. 02, RW. 011 No. 54, Mustikajaya, Bekasi.

Peneliti menyelesaikan pendidikan di Sekolah Dasar di SDIT An-Nadwah(2007), SMP dan SMA di Pondok Pesantren Daar El-Qolam Gintung, Tangerang (2007-2013), dan pendidikan Satrata-1 Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Fakultas Ilmu Sosial di Universitas Negeri Jakarta Rawamangun, Jakarta (2013-2017).