

**PENERIMAAN PEMILIH PEMULA GENERASI MILENIAL  
TERHADAP SIMBOL-SIMBOL AGAMA DALAM IKLAN  
KAMPANYE POLITIK PEMILIHAN GUBERNUR  
JAWA TIMUR 2018 DI INSTAGRAM**

**SKRIPSI**



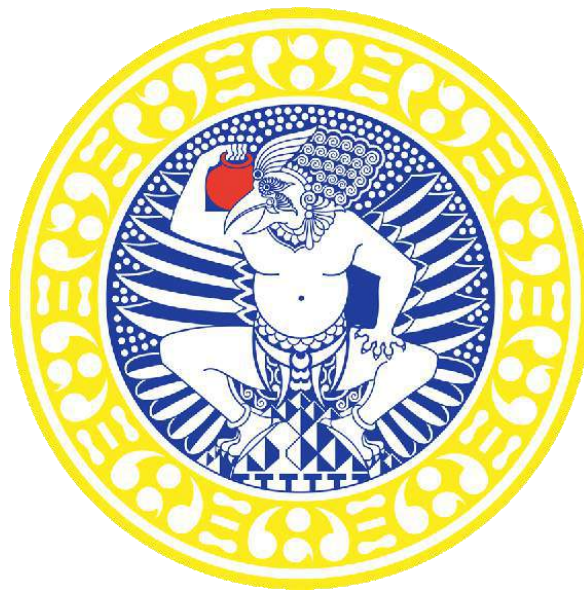
**MONICA QUINN  
NIM: 071511533093**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
DEPARTEMEN KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

**SEMESTER GENAP TAHUN 2018/2019**

**PENERIMAAN PEMILIH PEMULA GENERASI MILENIAL  
TERHADAP SIMBOL-SIMBOL AGAMA DALAM IKLAN  
KAMPANYE POLITIK PEMILIHAN GUBERNUR  
JAWA TIMUR 2018 DI INSTAGRAM**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh  
MONICA QUINN  
NIM: 071511533093**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
DEPARTEMEN KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

**SEMESTER GENAP TAHUN 2018/2019**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Bagian atau keseluruhan isi Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi dan/atau universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan/ditulis oleh individu selain penyusun kecuali bila dituliskan dengan format kutipan (langsung ataupun tidak langsung dalam isi Skripsi).

Apabila ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 30 April 2019



Monica Quinn  
071511533093

**PENERIMAAN PEMILIH PEMULA GENERASI MILENIAL  
TERHADAP SIMBOL-SIMBOL AGAMA DALAM IKLAN  
KAMPANYE POLITIK PEMILIHAN GUBERNUR  
JAWA TIMUR 2018 DI INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

Maksud: sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 Ilmu  
Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Airlangga

Disusun oleh

**MONICA QUINN  
NIM : 071511533093**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
DEPARTEMEN KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

**SEMESTER GENAP TAHUN 2018/2019**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Terima kasih saya ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan hidayah, perlindungan, kemudahan, dan kekuatan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Kepada kedua orang tua saya. Isral Roeslan dan Henny Sri Hadiyati karna dari kerja keras mereka selama ini saya dapat menyelesaikan kuliah saya  
Terima kasih untuk semua doa dan dukungannya.

Terima kasih pada Keluarga Besar Komunikasi Unair. Para dosen, Kakak tingkat, Teman-teman Commers 2015, dan Adik tingkat. Karna kalian telah membantu dan mewarnai kehidupan perkuliahan saya. Terima kasih atas pengalaman dan pelajaran yang kalian berikan selama ini.

Terima kasih juga saya ucapkan secara khusus kepada Kak Atia Adjani karna telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini di awal penulisan. Kepada Nindita N. Alrikip, Putri Anindita R, Dina Saren, Luky Maulana, Anggia Chanza, Abdul Rozak, dan sahabat dekat selama perkuliahan yang telah saling membantu dan menguatkan selama proses pengerjaan skripsi berlangsung.

Terima kasih pada para sahabat saya Andromeda F.I, Mirtha I. A., Nur SAGRAN, Ria D., Babon (Nadifa, Iris, dan Nonik), Biji Pataan (Sara, Ais, As, Ifa, dan Novi) yang selalu menjadi tempat berkeluh kesah selama ini.

Terima kasih juga saya ucapkan kepada seluruh informan dan seluruh orang yang telah membantu, mendukung, dan mengapresiasi karya tulis saya ini.

Dan terakhir saya ucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing saya. Rendy Pahrun Wadipalapa yang telah dengan sabar membimbing saya sejak awal. Terima kasih ilmu dan waktu yang diberikan karna atas bimbingannya skripsi ini dapat terselesaikan.

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**JUDUL:**

**PENERIMAAN PEMILIH PEMULA GENERASI MILENIAL  
TERHADAP SIMBOL-SIMBOL AGAMA DALAM IKLAN  
KAMPANYE POLITIK PEMILIHAN GUBERNUR  
JAWA TIMUR 2018 DI INSTAGRAM**

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan.

Dosen Pembimbing



( Rendy Pahrun Wadipalapa, S.I.Kom., MA. )

NIP. 198808012015043101

## HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi ini telah diujikan dan disahkan dihadapan Komisi Penguji

Program Studi Ilmu Komunikasi  
Departemen Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Airlangga

Pada Hari Senin  
Tanggal : 20 Mei 2019  
Pukul : 08:00-09:45

Komisi Penguji terdiri dari:

Ketua Penguji



(Dr. Santi Isnaini, S.Sos., MM.)  
NIP. 197709202005012001

Anggota I



(Dr. Liestianingsih D.D., Dra., M.Si.)

NIP. 195609061988102001

Anggota II



(Rendy P.W., S.IKom., MA.)

NIP. 198808012015043101

## ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada penerimaan pemilih pemula Generasi Millennial terhadap simbol-simbol agama yang dimunculkan dalam iklan kampanye politik Pemilihan Gubernur Jawa Timur di Instagram. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif menggunakan metode *reception analysis* dengan teknik pengambilan data berupa wawancara mendalam dan studi dokumen. Penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan karena belum ada penelitian tentang penerimaan simbol-simbol agama dalam iklan kampanye politik khususnya di Pilgub Jatim sedangkan Generasi Milenial akan menjadi mayoritas suara di masa depan. Penelitian ini juga penting dilakukan guna pengembangan pengetahuan ilmu komunikasi politik dalam menyikapi penerimaan pemilih millennial. Adapun rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana penerimaan pemilih pemula Generasi Millennial terhadap simbol-simbol agama dalam iklan kampanye politik di Media Sosial?. Tinjauan pustaka yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah Teori *Encoding-Decoding*, *active audience*, media sosial dan iklan politik, simbol agama dalam media, Millennial dan penerimaan politik. Untuk menggali, mengidentifikasi dan memahami interpretasi tersebut peneliti menggunakan metode penelitian *reception analysis*. Berdasarkan analisis informan memiliki penerimaan yang beragam. Ada informan yang setuju dengan penggunaan simbol agama berada pada posisi *dominant hegemonic*. Ada juga informan yang tidak setuju berada pada posisi *oppositional*. Tetapi mayoritas informan sisanya setuju namun melakukan penyesuaian terhadap pemaknaannya maka berada pada posisi *negotiated*. Mereka menangkap simbol agama yang ditampilkan dari pakaian, gambar, kegiatan, dan latar belakang keagamaan. Generasi Milenial sadar akan literasi media sehingga meskipun sumber informasi yang utama bagi mereka adalah internet tetapi tetap berasal dari media resmi.

**Kata Kunci : Generasi Millennial, Pemilih Pemula, Iklan Kampanye Politik, Pilgub Jatim 2018, Analisis Resepsi**



## ABSTRACT

This research focuses on the acceptance of the Millennial generation of novice voters against religious symbols that appear in the ad campaign of political elections of the Governor of East Java on Instagram. This research is qualitative research using the method of reception analysis with data retrieval techniques in the form of in-depth interviews, documents studies, and observations. This research is important to do because there has been no research on the reception of religious symbols in advertisements for political campaigns, especially in East Java's Governor Election while the Millennial Generation will be a majority of votes in the future. This is also important research is done in order to knowledge development communication science of politics in addressing the millennial voter acceptance. As for the outline of issues raised in the study is how the Millennial generation of novice voters receipts against the symbols of religion in a political campaign ads in Social Media?. Review of the literature that researchers use in this research is the theory of Encoding-Decoding, active audience, social media and political advertising, symbols of religion in media, Millennial and political attitudes. To explore, identify and understand the interpretations of researchers use research methods reception analysis. Based on the analysis of informants had mixed reception. There is informant who agree with the use of religious symbols in a dominant hegemonic position. There isalso informant who do not agree to being in oppositional positions. But the majority of the remaining informants agreed but made adjustments to the meaning then it was in a negotiated position. They capture the religious symbols that are displayed from the clothes, pictures, activities, and religious background. The millennial generation are aware of the media literacy so that even though the main source of information for them is the internet but still comes from the official media.

**Keywords: Millennials, Beginner Voters, Political Campaign Ads, East Java Governor Election 2018 , Reception Analysis**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Allah SWT karna atas segala rahmat dan berkah-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Penerimaan Pemilih Pemula Generasi Milenial terhadap Simbol-Symbol Agama dalam Iklan Kampanye Politik Pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018 di Instagram”. Penulisan karya ilmiah besar ini peneliti buat sebagai syarat kelulusan bagi mahasiswa Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga.

Penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada seluruh pihak yang telah membantu dan berpartisipasi dalam penulisan skripsi ini. Peneliti berharap semoga penelitian ini dapat memberikan bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Surabaya, 2 Mei 2019

Monica Quinn

**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	ii
HALAMAN MAKSUD PENULISAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	v
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	14
1.4.2 Manfaat Praktis .....	14
1.5 Tinjauan Pustaka .....	15
1.5.1 Penenerimaan Khalayak dan Teori Khalayak Aktif.....	15
1.5.2 Teori Encoding-Decoding.....	17
1.5.3 Media Sosial dan Iklan Politik .....	19
1.5.4 Simbol Agama dalam Media.....	23
1.5.5 Milenial dan Sikap Politik.....	27
1.6 Metodologi Penelitian .....	29
1.6.1 Pendekatan dan Fokus Penelitian.....	29
1.6.2 Tipe Penelitian .....	30
1.6.3 Metode Penelitian.....	30
1.6.4 Unit Analisis .....	30
1.6.5 Teknik Pengumpulan Data.....	31
1.6.6 Teknik Analisis Data.....	32
BAB II GAMBARAN UMUM.....	33
2.1 Kampanye Politik Pemilihan Gubernur Jawa Timur .....	33

2.2 Profil Kandidat Pemilihan Gubernur Jawa Timur .....	38
2.2.1 Khofifah Indar Parawansa- Emil Dardak.....	38
2.2.2 Saifullah Yusuf-Puti Guntur Soekarno .....	47
2.3 Profil Informan.....	54
<b>BAB III ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA .....</b>	<b>58</b>
3.1 Referensi Media Sebagai Sumber Informasi Politik .....	59
3.2 Penerimaan Simbol Agama.....	72
3.3 Pemilih Pemula dan Preferensi terhadap Iklan Kampanye Politik .....	115
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>132</b>
4.1 Kesimpulan.....	132
4.2 Saran .....	136
4.2.1 Saran untuk Peneliti Berikutnya.....	136
4.2.2 Saran untuk Aktor dan Tim Sukses Pemenangan .....	136
4.2.3 Saran untuk Pemilih Generasi Milenial .....	136
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>137</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Peta Jawa Timur Berdasarkan Pembagian Administratif.....	6
Gambar 1.2. Tampilan tagar sukawatisoekarnoputri di Instagram.....	10
Gambar 1.3. Dampak Simbol Agama dalam Puisi “Ibu Indonesia” Sukmawati ..	11
Gambar 1.4. Contoh penggunaan simbol Agama di media sosial Anies-Sandi ...	13
Gambar 1.5. Peringkat Pengguna Instagram Tertinggi Dunia .....	20
Gambar 1.6. Contoh Simbol Agama Ditampilkan Media Massa di Media Sosial	26
Gambar 2.1. Gambar alat peraga kampanye Pilgub Jatim 2018.....	36
Gambar 2.2. Kumpulan kegiatan kampanye Khofifah-Emil .....	37
Gambar 2.3. Kumpulan kegiatan kampanye Gus Ipul- Mbak Puti .....	38
Gambar 2.4. Salah Satu Poster Kampanye Khofifah – Emil .....	42
Gambar 2.5. Laman Resmi Khofifah-Emil .....	46
Gambar 2.6. Salah Satu Poster Kampanye Gus Ipul- Puti Soekarno.....	49
Gambar 2.7. Laman Pemenangan Gus Ipul – Mbak Puti.....	53
Gambar 3.1. Hasil Survei Penetrasi Milenial terhadap Sumber Informasi.....	67
Gambar 3.2. Gambar Profil Instagram Pasangan Calon Nomor Urut 1.....	77
Gambar 3.3. Gambar Profil Instagram Pasangan Calon Nomor Urut 2.....	78
Gambar 3.4. Video Ucapan Ulang Tahun Khofifah oleh Emil.....	80
Gambar 3.5. Kiriman Emil tentang Sarung dan Kopiah.....	83
Gambar 3.6. Konten Instagram Ramadhan Khofifah dan Ucapan Idul Fitri.....	84
Gambar 3.7. Poster Ucapan Selamat Merayakan Puasa dan Idul Fitri.....	85
Gambar 3.8. Poster Ucapan Perayaan Hari Besar Keagamaan Paslon 2.....	86
Gambar 3.9. Poster Profil Emil Dardak.....	91
Gambar 3.10. Poster Pasangan Calon Nomor Urut 2.....	92
Gambar 3.11. Gambar Salah Satu Konten Video Ramadhan Khofifah.....	93
Gambar 3.12. Salah Satu Kegiatan Sowan Emil Dardak.....	98
Gambar 3.13. Kegiatan Sowan Pasangan Nomor Urut 2.....	99
Gambar 3.14. Kegiatan Ziarah Khofifah (kiri) dan Puti (kanan).....	100
Gambar 3.15. Kunjungan Ponpes Khofifah (kiri) dan Gus Ipul (kanan).....	101
Gambar 3.16. Komentar Warganet di Akun Khofifah.....	103
Gambar 3.17. Hasil Survei terhadap Kegiatan Paling Menarik Minat Milenial..	111

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1. Jumlah Pemilih Jawa Timur 2018 Berdasarkan Kelompok Usia ..... 4

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini bertujuan mengetahui penerimaan pemilih pemula Generasi Milenial terhadap simbol-simbol agama yang dimunculkan dalam iklan kampanye politik di Media Sosial. Peneliti menjadikan iklan kampanye politik di media sosial dalam Pemilihan Gubernur Jawa Timur (Pilgub Jatim) 2018 sebagai tema yang diangkat dalam penelitian ini. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif menggunakan metode *reception analysis* dengan teknik pengambilan data berupa wawancara mendalam dan studi dokumen. Penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan karena belum ada penelitian tentang penerimaan simbol-simbol agama dalam iklan kampanye politik khususnya di Pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018. Penelitian ini juga penting dilakukan guna pengembangan pengetahuan ilmu komunikasi politik dalam menyikapi penerimaan pemilih Milenial yang dapat mempengaruhi sikap politik mereka. Menurut Howe & Strauss (2007) dalam buku dan jurnalnya Generasi Milenial adalah mereka yang lahir di tahun 1982 - 2005. Sedangkan pemilih pemula atau pemilih muda adalah mereka yang berusia di atas 17 tahun atau sudah/pernah menikah sebelumnya dan baru pertama kali menggunakan hak suaranya di dalam pemilihan umum.

Jika dikontekstualisasikan pada pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018 maka pemilih pemula diperkirakan lahir antara akhir tahun 1997- awal 2001 (dengan asumsi calon pemilih sudah /telah menikah sebelum usia 17 tahun). Berdasarkan tahun kelahirannya para pemilih pemula ini dapat dikategorikan sebagai Generasi Milenial atau yang lebih sering dikenal dengan istilah ‘Generasi Y’. Para ‘Generasi Y’ telah lahir dan terbiasa hidup dengan teknologi terutama internet. Sebutan lain dari Generasi Milenial adalah *iGeneration*. Karena mereka sudah

mampu menguasai informasi dan teknologi sehingga membuat Generasi Milenial dapat melakukan beberapa kegiatan dalam satu waktu (*multi tasking*). Teori Generasi Howe dan Strauss dipilih karena mampu menjelaskan karakteristik Generasi Milenial. Teori ini juga telah dijadikan referensi dalam berbagai penelitian dan berita tentang Generasi Milenial.

Generasi Milenial erat hubungannya dengan teknologi. Salah satu dampak kemajuan teknologi adalah terciptanya internet dan media sosial. Berdasarkan data Kementerian Komunikasi dan Informatika (2013) pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Internet adalah sebuah jaringan nirkabel yang dapat menghubungkan seluruh warga dunia, yang kemudian disebut dengan warganet. Sedangkan media sosial adalah sebuah media daring tempat warganet berinteraksi satu sama lain dengan cara mengunggah sebuah foto, tulisan, dan atau video. Facebook, Twitter, dan Instagram adalah beberapa contoh media sosial.

Peneliti memilih Instagram sebagai media sosial yang digunakan dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan banyaknya pengguna Instagram. Indonesia termasuk salah satu negara pengguna Instagram terbesar di dunia dengan total pengguna mencapai 53 juta orang, artinya hampir seluruh pengguna ponsel pintar di Indonesia adalah pengguna Instagram (GoodNewsfromIndonesia.id, 2018). Tidak heran jika sekarang media sosial dijadikan sebagai alternatif baru dalam melakukan iklan kampanye politik. Karena sifatnya yang terbuka menjadikan media sosial dapat dikategorikan sebagai ruang publik baru tempat masyarakat untuk bertukar gagasan termasuk ruang untuk menyebarkan iklan kampanye politik. Iklan kampanye politik adalah proses yang digunakan para aktor politik untuk mempromosikan diri kepada publik melalui saluran komunikasi massa.



Jika dulu iklan kampanye politik ditampilkan pada media cetak, televisi, radio atau bahkan ruang publik. Saat ini iklan kampanye politik mulai memasuki era baru, era digital. Dengan melakukan pemanfaatan media sosial sebagai media kampanye. Instagram termasuk salah satu media yang digunakan. Iklan kampanye politik di Instagram ditampilkan berdasarkan unggahan foto dan video yang disertai judul. Salah satu tekniknya adalah optimalisasi tagar pada akun media sosial. Dan bisa juga menggunakan fitur berbayar pada akun bisnis untuk menyebarkan pada jangkauan yang lebih luas. Pada penelitian ini Instagram yang dimaksud adalah laman Instagram resmi milik kedua pasangan calon Gubernur Jawa Timur 2018 (@khofifah.ip, @emildardak , @gusipul\_id , @puti\_soekarno) dan akun pemenangan pasangan calon tersebut.

Fokus penelitian ini terletak pada penerimaan khalayak. Khalayak dalam iklan kampanye politik ialah mereka yang memiliki hak pilih, lebih spesifik lagi mereka Generasi Milenial yang menjadi pemilih pemula. Penerimaan mereka terhadap simbol agama yang ada dalam iklan kampanye politik penting karena dapat mempengaruhi mereka dalam proses pengambilan keputusan memilih. Jumlah akumulasi pilihan khalayaklah yang nantinya akan menentukan keberhasilan dalam mencapai tujuan iklan kampanye politik, yaitu terpilih sebagai pemimpin daerah. Berdasarkan estimasi data yang disampaikan oleh Saiful Mujani Research & Consulting (SMRC), pada tahun 2019 nanti pemilih berusia 17-38 tahun mencapai 55% (Detik.com, 2017). Dengan ini dapat dikatakan bahwa Milenial akan mendominasi suara pemilihan dan menjadi bagian penting yang tidak dapat diabaikan. Maka penting bagi peneliti untuk melihat penerimaan pemilih pemula Generasi Milenial terhadap simbol agama dalam iklan kampanye politik. Mengingat besarnya potensi suara yang dimiliki oleh Generasi Milenial dalam pemilihan umum saat ini dan di masa depan.

Tabel 1.1 menjelaskan tentang jumlah pemilih Jawa Timur berdasarkan data yang dimiliki Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam Daftar Penduduk Potensial Pemilih Pemilu (DP4) untuk pemilihan gubernur Jawa Timur 2018 sebanyak 30.747.387 jiwa. Data ini diperoleh dari pemutakhiran data yang dilakukan KPU Jawa Timur dari seluruh kelurahan kabupaten/kota di Jawa Timur. Berdasarkan data DP4 sebanyak 6,2 persen atau 1.863.770 jiwa adalah pemilih pemula (Detik, 2018) .

**Tabel 1.1. Jumlah Pemilih Jawa Timur 2018 Berdasarkan Kelompok Usia**

<b>Jumlah Pemilih Jawa Timur 2018 Berdasarkan Kelompok Usia (jiwa)</b>	
<17 tahun sudah menikah	719
17-25 tahun	4.927.761
26-30 tahun	2.953.168
31-40 tahun	6.448.581
41-50 tahun	6.264.910
51-60 tahun	5.116.669
61-70 tahun	3.076.622
>70 tahun	1.958.957
<b>Total</b>	<b>30.747.387</b>

Sumber: Detik.com

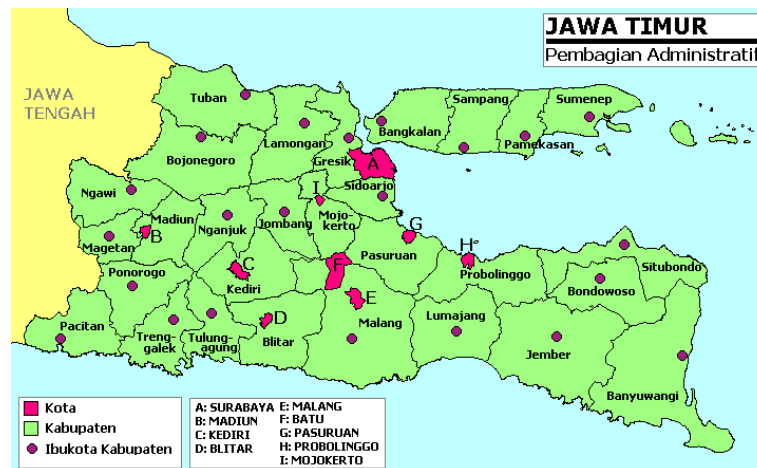
Berkaca dengan partisipasi politik yang pernah ada di Indonesia berdasarkan data dari Merdeka.com (2014) dapat dilihat partisipasi politik Indonesia yang sangat tinggi. Pada Orde Lama tahun 1955 partisipasi politik sebanyak 91,4%, Pada Orde Baru tahun 1972 sebanyak 96,6%, Tahun 1977 sebanyak 96,5%, Tahun 1982 sebanyak 96,5%, Tahun 1987 sebanyak 95,4%, Tahun 1992 sebanyak 95,1% termasuk angka yang tinggi. Namun sayang berdasarkan data Nasional.Kompas.com (2014) partisipasi pemilih di empat pemilu pascareformasi menunjukkan tren penurunan. Jika pada tahun 1999 pemilu diikuti oleh 92,7 persen pemilih, partisipasinya menurun menjadi 84% di tahun 2004. Penurunan berlanjut pada 2009 menjadi 70,9% . Sedangkan pemilu 2014 hanya 70 % (Nasional.Kompas.com, 2014). Peran pemilih pemula sangat berarti karena menyumbang suara baru tiap tahunnya.

Berdasarkan Rilis Survei Indo Barometer Februari 2018 yang dikutip dari Nasional.Kompas.com (2018) terkait Dinamika Politik dan Proyeksi Pilkada Jawa Timur, elektabilitas pasangan Gus Ipul-Puti Guntur hanya terpaut 5,7%. Maka dari itu, suara kedua pasangan calon diperkirakan akan ditentukan dari pemilih yang belum menentukan pilihan saat ini (*swing voters*). Direktur Eksekutif Indo Barometer M Qodari memaparkan saat ini ada 15,3% responden yang belum menentukan pilihan. Mengingat besarnya jumlah suara yang dapat membantu proses kemenangan. Pemilih pemula saat ini memiliki keunikan, di mana akses data dan keterbukaan informasi sudah sangat mudah. Mereka dapat mengakses informasi melalui internet dan sosial media. Berbeda dari pemilih sebelumnya yang sumber informasinya terbatas dari media konvensional (koran, radio, dan televisi) atau orang tua dan lingkungan sekitar. Selain itu pada era sekarang tidak ada peraturan yang mengekang atau mengatur pemilih pemula dalam menentukan pilihannya. Pemilih dapat berpendapat dan mengawasi langsung jalannya pemilu.

Provinsi Jawa Timur sendiri merupakan provinsi yang memiliki luas wilayah sebesar 47.963 km<sup>2</sup> dengan dua bagian utama, yaitu dataran timur Pulau Jawa dan Pulau Madura yang secara geografis terletak di antara 111<sup>0</sup>0' Bujur Timur (BT) - 114<sup>0</sup>4' Bujur Timur (BT) dan 7<sup>0</sup>12' Lintang Selatan (LS) - 8<sup>0</sup>48' Lintang Selatan (LS). Provinsi Jawa Timur secara administratif dibagi menjadi 29 kabupaten, 9 kotamadya, 657 kecamatan, 784 kelurahan dan 8.484 desa. Suku Jawa merupakan suku mayoritas di daerah ini disusul dengan Suku Madura, Suku Tengger, Suku Bawean, Suku Tionghoa, Suku Arab, dan Suku pendatang lainnya sehingga dapat dikatakan bahwa etnitas penduduk Jawa Timur tergolong heterogen.

Mayoritas agama masyarakat di Jawa Timur adalah Islam, yang kemudian diikuti dengan Kristen Protestan, Katolik, Hindu, Budha, Dan Konghuchu. Provinsi yang lahir pada 12 Oktober 1945 ini merupakan provinsi yang sangat potensial dari berbagai sektor seperti sektor pariwisata, kebudayaan, dan ekonomi. Oleh karena itu Jawa Timur membutuhkan Gubernur baru yang dapat mengelola

dan mengembangkan potensi Jawa Timur. Tahun 2018 merupakan tahun pemilihan calon Gubernur baru. Guna menggantikan jabatan Gubernur Jawa Timur, Dr. H. Soekarwo, S.H, M.Hum. , setelah menjabat selama dua periode atau sepuluh tahun terhitung sejak tahun 2009 dan akan berakhir masa baktinya pada tahun 2019. Gambar 1.1. merupakan gambar pemetaan Provinsi Jawa Timur berdasarkan pembagian administratif yang diperoleh dari laman website Badan Keuangan Perwakilan Provinsi Jawa Timur (BPKP Prov. Jatim) . Selain pembagaian administratif dari gambar tersebut kita dapat melihat bagaimana bentuk dan posisi daerah di Jawa Timur.



**Gambar 1.1.**  
**Peta Jawa Timur Berdasarkan Pembagian Administratif**  
**Sumber: Badan Pemeriksa Keuangan Perwakilan Prov. Jatim**

Tahun 2018 merupakan tahun yang unik karena tahun ini ditetapkan sebagai tahun politik Indonesia. Karena di tahun 2018 sebanyak 17 provinsi akan menggelar pemilihan gubernur-wakil gubernur dalam pilkada serentak. Selain itu terdapat 39 Kota dan 115 Kabupaten lain yang juga melakukan pemilihan kepala daerah secara serentak pada tanggal 27 Juni 2018. Dan pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018 ini termasuk dalam serangkaian pemilihan kepala daerah (pilkada) yang dilakukan serentak di Indonesia. Selain dilakukan serentak keunikan lain dari kedua calon Gubernur Jawa Timur ini terletak pada kesamaan latar belakang dari kedua kandidat. Di mana kedua kandidat calon Gubernur Jawa Timur berasal

dari organisasi Islam terbesar di Indonesia yang sama, yaitu Nahdatul Ulama (NU). Saifullah Yusuf (Gus Ipul) adalah salah satu Ketua Pengurus Besar Nahdatul Ulama (PBNU), sedangkan kompetitornya Khofifah Indar Parawansa adalah Ketua Umum PP Muslimat di organisasi Nahdatul Ulama. Kesamaan latar belakang organisasi keagamaan ini menjadikan Pemilihan Gubernur di Jawa Timur 2018 menjadi menarik. Pasalnya kesamaan latar belakang ini menjadi pemecah dukungan suara dalam tubuh organisasi. Dukungan para Kiai NU terpecah kepada dua calon Gubernur. Jawa Timur dikenal sebagai basis pertarungan perebutan kaum sarungan atau Nahdlatul ulama (NU) dengan kaum abangan alias PDIP. Dr. Ari Junaedi, Pengamat komunikasi politik dari Universitas Indonesia (UI) rivalitas antar calon gubernur di Jawa Timur adalah perlombaan meraup suara di basis massa NU di utara Jawa Timur. Ia juga mengatakan bahwa calon yang menang di Jawa Timur pasti akan mencari suara penambah dengan menggaet suara partai nasionalis (Kaltim.tribunnews.com, 2018)

Salah satu cara atau strategi yang dilakukan para peserta dalam menyampaikan visi dan misi untuk mememangkan pemilihan adalah dengan melakukan iklan kampanye politik baik di media masa konvensional maupun di media sosial. Masa kampanye pemilihan gubernur 2018 ini berbeda dengan masa kampanye periode sebelumnya. Pada Pemilihan Gubernur Jawa Timur 2013 lalu iklan kampanye lebih masif ditemui di masyarakat berbeda dengan kondisi saat ini. Hal ini disebabkan adanya perubahan peraturan KPU yang semakin ketat dalam mengatur iklan kampanye di media dan media baru seperti sosial media. Jika sebelumnya peraturan yang berlaku adalah Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 14 Tahun 2010 Tentang Perubahan Atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 69 Tahun 2009 Tentang Pedoman Teknis Kampanye Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah seperti yang telah dijelaskan dalam beberapa pasal berikut:

**Pasal 5****Ayat 1**

“Kampanye Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh pasangan calon dan atau tim kampanye/pelaksana kampanye/petugas kampanye untuk meyakinkan para pemilih dalam rangka mendapatkan dukungan sebesar-besarnya, dengan menawarkan visi, misi, dan program pasangan calon secara lisan atau tertulis kepada masyarakat dalam bentuk sebagaimana dimaksud dalam Pasal 76 ayat (1) Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 sebagaimana diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2008”

Peraturan KPU terdahulu masih memberikan kebebasan bagi para pasangan calon kepala daerah untuk melakukan iklan kampanye tanpa batasan yang rigid. Sehingga para pasangan calon dapat memanfaatkan iklan kampanye politik dengan maksimal di media massa. Namun kemudian Peraturan KPU di atas mengalami perubahan demi mengikuti perkembangan zaman dan kecanggihan teknologi. Peraturan baru tentang iklan kampanye politik tersebut tertuang dalam Peraturan KPU No 4 Tahun 2017 Tentang Kampanye Pilkada. Berikut pasal-pasal yang berkaitan dengan peraturan kampanye pilkada:

**Pasal 60**

**“Media massa cetak, media massa elektronik dan lembaga penyiaran dilarang menayangkan Iklan Kampanye komersial selain yang difasilitasi oleh KPU Provinsi /KIP Aceh atau KPU/KIP Kabupaten/Kota sebagaimana dimaksud dalam Pasal 32 ayat (1).”**

**Pasal 70****Ayat 2**

“Partai Politik atau Gabungan Partai Politik, Pasangan Calon dan/atau Tim Kampanye dilarang mencetak dan memasang Alat Peraga Kampanye selain dalam ukuran, jumlah dan lokasi yang telah ditentukan oleh KPU Provinsi/KIP Aceh atau KPU Kabupaten/Kota sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (2) dan ayat (3) dan Pasal 30 ayat (7).”

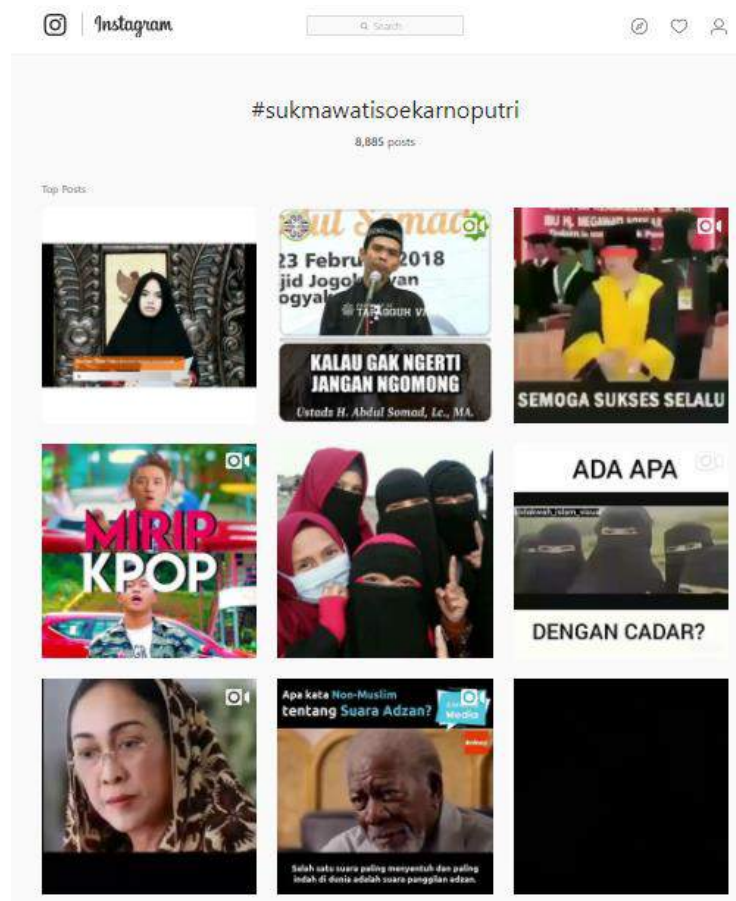
**Ayat 3**

“Partai Politik atau Gabungan Partai Politik, Pasangan Calon dan/atau Tim Kampanye dilarang memasang Iklan Kampanye di media massa cetak dan media massa elektronik.”

Selain keketatan peraturan yang diterapkan KPU terait iklan kampanye, kedekatan Generasi Milenial selaku pemilih pemula adalah alasan yang mendasari dipilihnya media sosial sebagai media iklan kampanye baru. Milenial, menurut *TIME*, dinilai sebagai generasi yang individualistik, sangat bergantung pada teknologi, dan apatis terhadap politik (Detik.com, 2017). Sehingga menciptakan suatu trend baru di media sosial yaitu berupa munculnya iklan politik di media sosial untuk mengenalkan politik pada generasi muda. Banyak bermunculan akun-akun simpatisan calon, tim sukses, dan akun pribadi para peserta pemilihan yang menjadikan akun media sosialnya sebagai media untuk mengiklankan program, visi, misi, dan kegiatan yang dilakukan para pasangan calon tersebut. Pergeseran media iklan kampanye ini juga diikuti dengan peraturan KPU tentang kampanye di media sosial sebagai bentuk responsif akan perubahan zaman yang tertuang pada Peraturan KPU RI No. 4 Tahun 2017 Tentang Kampanye Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Walikota dan Wakil Wali Kota. Salah satu cara yang digunakan dalam iklan kampanye politik adalah dengan menggunakan simbol-simbol agama.

Simbol agama adalah segala segala sesuatu yang digunakan untuk menunjukkan sistem kepercayaan (agama). Semua simbol agama yang disusun dan ditampilkan secara teratur baik secara verbal atau non verbal akan ditangkap oleh komunikan sebagai stimulus melalui panca indera. Penggunaan simbol agama menjadi penting diperhatikan sebab dapat mempengaruhi persepsi komunikan, termasuk dalam pengambilan keputusan politik. Masyarakat Indonesia sangat responsif dalam menerima isu agama. Salah satu bukti pentingnya simbol agama adalah kasus puisi “Ibu Indonesia” karya Sukmawati Soekarnoputri, putri Presiden Ir. Soekarno. Puisi tersebut dibacakan Sukma dalam acara pagelaran 29 tahun desainer Anne Avantie berkarya. Dalam puisi tersebut secara eksplisit menyebutkan beberapa kata yang menyimbolkan agama Islam seperti kata syariat Islam, cadar, dan alunan azan (IDNTimes.com, 2018).

Puisi ini kemudian mendapat respon yang beragam dari masyarakat. Banyak dari mereka yang menolak puisi tersebut. Di sosial media banyak orang yang memberikan opini hingga membuat berbagai konten yang bernada satir atas puisi Ibu Indonesia. Pada Gambar 1.2. dapat dilihat berbagai konten yang ada di instagram tentang puisi sukrawati. Mulai dari cuplikan puisi, parodi puisi, hingga pendapat beberapa ulama tentang puisi tersebut. Di dunia nyata sendiri puisi ini juga menuai kontroversi, bahkan telah dilaporkan ke pihak berwajib. Bahkan beberapa ormas juga menggelar aksi sebagai bentuk penolakan atas puisi tersebut. Gambar 1.3. merupakan cuplikan berita aksi massa yang menolak puisi (Youtube/Liputan6, 2018). Hal ini merupakan bukti bahwa simbol agama dapat memengaruhi opini publik jika tidak dikelola dengan baik.



Gambar 1.2.  
Tampilan tagar sukrawatisoekarnoputri di Instagram  
Sumber: Instagram, 2018





**Gambar 1.3.**  
**Dampak Simbol Agama dalam Puisi “Ibu Indonesia” Sukmawati**  
**Sumber: Youtube.com/Liputan6**

Dalam politik Indonesia simbol agama juga sering dijadikan sebagai alat propaganda demi memecah dukungan publik, baik dari pihak lawan maupun dari pihak calon sendiri. Seperti kasus Ahok atau Basuki Tjahja Purnama calon gubernur DKI Jakarta 2017. Dalam sebuah pernyataan Ahok mencatut salah satu surat di Al-Quran (Al- Maidah ayat 51) yang menimbulkan protes dari sejumlah ormas karena dianggap menistakan agama. Jauh sebelum kasus Sukmawati, penolakan terhadap Ahok lebih dahulu menghasilkan gerakan masyarakat yang luar biasa yang disebut Aksi damai 212 yang berlangsung pada 2 Desember 2016 yang dihadiri lebih dari 200 ribu orang dari berbagai daerah di Indonesia (BBC.com, 2016). Selain kasus Ahok isu agama dalam politik yang baru terjadi saat ini adalah kasus Ganjar Pranowo calon Gubernur Jawa Tengah 2018. Ganjar diancam salah satu ormas Forum Umat Islam Bersatu (FUIB) paska membacakan puisi berjudul “Kau Ini Bagaimana Atau Aku Harus Bagaimana” yang dianggap menyinggung islam. Belakangan diketahui bahwa puisi yang dibacakan Ganjar di salah satu televisi swasta itu adalah karya KH Mustofa Bisri salah satu ulama Islam pada 1987. Akhirnya ancaman tersebut dicabut dan berakhir permintaan maaf dari ormas tersebut (Tempo.co, 2018).

Sedangkan di iklan politik simbol agama sering dimunculkan guna menunjukkan identitas sang aktor politik, keberpihakan kandidat, atau juga sebagai bentuk dari visi-misi calon pemimpin yang mengangkat tema persatuan dan wujud keberagaman agama di Indonesia. Simbol agama sering ditampilkan secara parsial, keseluruhan, implisit dan eksplisit dalam berbagai bentuk. Baik cara berpakaian, alat ibadah, pilihan kata, dan simbol agama lainnya (Nareswari, 2013, hal 140-141). Salah satu bukti berperannya simbol agama di iklan kampanye politik dalam mempengaruhi opini dan perilaku memilih adalah pada pemilihan Gubernur DKI Jakarta 2017. Sirojuddin Abbas, Direktur Program Saiful Mujani Research and Consulting (SMRC) sekaligus pengamat politik dalam sebuah wawancara di Metro Tv memberikan pendapatnya terkait penggunaan simbol agama dalam Pilgub DKI Jakarta (Metro Tv, 2017). Sirojuddin menyatakan bahwa saat ini tren kecenderungan memilih paling tinggi didasari oleh agama hal inilah yang menyebabkan penggunaan simbol agama dalam kontestasi politik. Selain itu Sirojuddin juga menyampaikan bahwa simbol agama penting karena simbol agama merupakan salah satu cara sosialisasi, mengikat, dan memobilisasi pemilih.

Pada pilgub DKI Jakarta pasangan Anies-Sandi menggunakan simbol agama dalam iklan kampanye politiknya. Gambar 1.4. adalah contoh penggunaan simbol agama dalam iklan kampanye di media sosial. Anies dan tim memasukkan simbol agama seperti gambar kerudung, penggunaan peci, dan kegiatan agama seperti salat subuh berjamaah sebagai salah satu senjata dalam iklan kampanyenya. Hal ini merupakan usaha Anies-Sandi untuk menggiring opini masyarakat DKI Jakarta untuk memilihnya dalam Pemilihan Gubernur DKI Jakarta 2017. Anies dan Tim memanfaatkan simbol agama Islam. untuk mengalahkan kompetitornya Ahok yang beragama Kristen Protestan dan merupakan agama minoritas di Jakarta. Karena Islam merupakan agama mayoritas penduduk DKI Jakarta.



Gambar 1.4.  
Contoh penggunaan simbol Agama di media sosial Anies-Sandi  
Sumber: Twitter Anies Baswedan

Penerimaan audiens ini berupa menerima makna, negosiasi atau penerimaan dengan syarat (sesuai dengan posisi diri penerima pesan) atau penolakan yang disodorkan dan dikehendaki oleh si pembuat pesan dalam hal ini iklan kampanye politik. Karakter masyarakat DKI Jakarta berbeda dengan Jawa Timur. “Masyarakat Jawa Timur dikenal dengan karakter budayanya yang terbuka, ekspresif, artikulatif dan menyatakan apa adanya tanpa *tedheng aling-aling* (ditutup-tutupi).” (Leni, 2012). Hal ini disebabkan oleh kondisi Masyarakat Jawa Timur yang heterogen. Hidup dalam perbedaan suku dan agama membuat masyarakat lebih terbuka dan menghargai perbedaan hal ini ditunjukkan oleh sikap pemilihan yang lebih demokratis. Namun memang dalam sebagian daerah memang agama terutama Islam memiliki nilai tinggi. Masih banyak daerah di Jawa Timur yang masih menaruh hormat dan kepercayaan tinggi pada tokoh agama. Daerah ini biasanya merupakan berasal dari daerah santri seperti daerah tapal kuda. Daerah tapal kuda antara lain Pasuruan (bagian timur), Probolinggo, Lumajang, Jember, Situbondo, Bondowoso, dan Banyuwangi.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang peneliti telah kemukakan di atas, maka peneliti memberikan perumusan masalah sebagai berikut:

“Bagaimana penerimaan pemilih pemula Generasi Milenial terhadap simbol-simbol agama dalam iklan kampanye politik pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018 di Instagram ?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan penerimaan pemilih muda Milenial terhadap simbol-simbol agama yang ada dalam iklan kampanye politik pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018 di Instagram.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan penjelasan mengenai penerimaan pemilih muda Milenial terhadap simbol-simbol agama yang ada dalam iklan kampanye politik di Instagram. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bidang ilmu komunikasi politik dan menambah referensi literatur tentang penggunaan simbol agama dalam iklan kampanye politik.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi aktor dan praktisi politik yang ingin memasukan simbol-simbol agama ke dalam iklan kampanye politik dan Badan Pengawas Pemilihan Umum (bawaslu) dalam mengawal jalannya kampanye politik, jangan sampai terjadi pelanggaran kampanye yang mengandung unsur SARA.

## 1.5 Tinjauan Pustaka

### 1.5.1 Penenerimaan Khalayak dan Teori Khalayak Aktif

*Active Audience Theory* atau teori khalayak aktif adalah teori yang beranggapan bahwa khalayak secara sadar aktif memaknai apa yang disajikan oleh media. Teori ini merupakan kritik dari Teori Jarum Hipodermik yang menganggap khalayak bersifat pasif dalam mengkonsumsi media. David Morley (1993) menyetujui anggapan Evans mengarakterisasi kajian media secara luas menjadi dua asumsi: (a) bahwa audiens selalu aktif (dalam pengertian non-trivial), dan (b) bahwa konten media selalu polisemik, atau terbuka untuk interpretasi. Hall (dalam Livingstone, 1998) menyambut kesempatan untuk studi budaya untuk memeriksa secara empiris bagaimana 'derajat' pemahaman 'dan' kesalahpahaman 'dalam pertukaran komunikatif - bergantung pada derajat simetri / asimetri (hubungan kesetaraan) yang ditetapkan antara posisi "personifikasi", encoder / produser dan dekoder / penerima'. Di sini dapat kita lihat bahwa khalayak sebagai individu melakukan proses encoding dan decoding atas teks yang diperolehnya. *Active Audience Theory* menekankan interaksi antara teks dan pembaca, dikombinasikan dengan integrasi tingkat mikro dan makro analisis, menawarkan respon terhadap serangan terhadap konsep audiens.

Tugas untuk penelitian khalayak menjadi bahwa memetakan kemungkinan dan masalah untuk komunikasi, atau hubungan di antara orang-orang, sejauh ini dirusak atau difasilitasi, dikelola atau disusun kembali oleh media. Penelitian kemudian dapat menghindari kecenderungan untuk menegaskan kembali pengurangan audiens kembali ke analisis tingkat psikologis atau mikro (sosial). Sebaliknya, audiens (jamak) dapat dipahami secara relasional sebagai konsep analitik yang relevan dengan, dan menyediakan hubungan antar, hubungan antara orang dan media di semua tingkatan dari ekonomi makro / budaya ke individu / psikologis. Demikian pula, 'konteks' juga harus dipahami secara vertikal maupun horizontal, tidak hanya sebagai mencakup ruang yang lebih luas yang mengelilingi ke saat melihat. Dan sementara perubahan dalam hubungan ini

antara orang dan media dapat terjadi (atau dikandung) terutama pada satu tingkat analisis, mereka akan memiliki implikasi untuk tingkat lain.

Khalayak yang aktif akan memaknai simbol agama yang ada pada iklan kampanye politik. Untuk mengetahui penerimaan khalayak tersebut peneliti menggunakan *reception analysis*. Analisis resepsi merupakan bagian khusus dari studi khalayak yang mencoba mengkaji secara mendalam proses aktual di mana wacana media diasimilasikan melalui praktik wacana dan budaya khalayaknya. Adi (2012) dalam sebuah jurnal menjelaskan tentang metode penelitian resepsi. Ia mengenalkan David Morley seorang pakar analisis resepsi. Morley menjelaskan tiga hipotesis dalam pembaca teks yang dilandasi pemikiran Hall dan dimuat dalam *Cultural Transformation: The Politics of Resistance* berikut:

- ***Dominant ('hegemonic') reading*** yaitu pembaca sejalan dengan kode program dan secara penuh menerima makna yang disodorkan dan dikehendaki pembuat pesan.
- ***Negotiated reading*** yaitu pembaca dalam batas-batas tertentu sejalan dengan kode program dan pada dasarnya menerima makna yang disodorkan dan dikehendaki pembuat pesan namun memodifikasi sedemikian rupa hingga mencerminkan posisi dan minat pribadinya.
- ***Oppositional ('counter hegemonic')*** yaitu pembaca tidak sejalan dengan kode program dan menolak makna yang disodorkan dan dikehendaki pembuat pesan.

Metode Resepsi tiga elemen pokok yang secara eksplisit disebut “*the collection, analysis, and interpretation of reception data*”. Pertama, mengumpulkan data dari khalayak. Data yang lebih diutamakan adalah data yang diperoleh melalui wawancara kelompok untuk menstimulasi wacana yang berkembang dalam diri khalayak. Kedua, menganalisis hasil temuan dari wawancara atau rekaman proses wawancara mendalam dalam transkrip wawancara. Ketiga, peneliti melakukan interpretasi terhadap pengalaman yang

dialami oleh khalayak. Tidak sekedar mencocokkan model pembacaan namun justru untuk mengelaborasi temuan yang sesungguhnya terjadi di lapangan sehingga memunculkan model atau pola penerimaan yang riil dan lahir dari konteks penelitian sesungguhnya.

Penelitian serupa pernah dilakukan oleh Aida Syukriyah (2003) yang melakukan penelitian tentang penerimaan pemirsa iklan televisi dengan judul “*Reception Analysis* Pemirsa Surabaya terhadap Iklan Deterjen Surf Versi Cium Tangan di Media Televisi”. Penelitian Syukriyah berbeda dengan penelitian ini, karena penelitian ini berfokus pada penerimaan simbol politik sedangkan penelitian terdahulu berfokus pada iklan komersil yang berfokus pada *technical code* berupa pengambilan gambar, pencahayaan, editing atau penggunaan efek yang ada dalam iklan deterjen yang dimaksud.

### 1.5.2 Teori Encoding-Decoding

Analisis resepsi khalayak berusaha memahami proses pembuatan makna yang dilakukan khalayak ketika mengonsumsi produk media yang dilakukan oleh khalayak aktif. Stuart Hall (dalam Ida, 2014, hal. 161) menuliskan teori tentang ‘Encoding dan Decoding’ sebagai proses khalayak mengonsumsi dan memproduksi makna dalam proses penerimaan atas konten media. *Between the encoding and decoding sides of an exchange of meanings. The functioning of the codes on the decoding side will frequently assume the status of naturalized perceptions* (Hall, 1980, hal. 121). Hall dalam bukunya menjelaskan bahwa pada encoding dan decoding ada bagian dari pertukaran makna. Berfungsinya kode-kode di sisi decoding akan sering mengasumsikan status persepsi dinaturalisasi. Severin & Tankard (1997, hal 91) menjelaskan encoding sebagai terjemahan tujuan, maksud, atau makna menjadi simbol atau kode. Seringkali simbol-simbol ini dikaitkan dengan huruf, angka, dan kata-kata yang membentuk bahasa seperti bahasa Inggris. Tapi lebih jauh pengkodean juga dapat dilakukan melalui foto,

notasi musik, atau gambar pada film. Pengkodean dalam banyak hal merupakan proses misterius. Bagaimana "*preverbal tentions*" atau apa pun perasaan yang mendahului kata-kata dikonversi menjadi kata-kata bukan proses yang mudah bahkan untuk dideskripsikan. Sedangkan decoding adalah lawan dari encoding yaitu proses interpretasi terjemahan tujuan, maksud, atau makna dari simbol atau kode yang diterima. Decoding terjadi ketika kata atau sinyal tak terucapkan ditafsirkan oleh penerima.

*“The level of connotation of the visual sign, of its contextual reference and positioning in different discursive fields of meaning and association, is the point where already coded signs intersect with the deep semantic codes of a culture and take on additional, more active ideological dimensions... Every visual sign in advertising connotes a quality, situation, value or inference, which is present as an implication or implied meaning, depending on the connotational positioning.”* (Hall, 1980,hal 123)

Menurut Hall setiap tanda visual dalam iklan berkonotasi dengan kualitas, situasi, nilai atau kesimpulan, yang hadir sebagai implikasi atau makna tersirat, tergantung pada posisi konotasi. Tingkat konotasi tanda visual, dari referensi kontekstual dan posisi di berbagai bidang diskursif makna dan asosiasi, adalah titik di mana tanda-tanda yang sudah dikodekan berpotongan dengan kode semantik yang mendalam dari suatu budaya dan mengambil dimensi ideologis tambahan yang lebih aktif.

Teori Hall tentang encoding dan decoding mendorong terjadinya interpretasi yang beragam dari teks media selama proses produksi dan penerimaannya. Hall beranggapan tidak ada makna pasti dalam teks. Hall (dalam Ida, 2014, hal.178-179) mengutarakan tiga interpretasi yang berbeda. Pertama dominan hegemoni, di mana penonton menerima begitu saja ideologi program secara penuh tanpa penolakan. Penonton ini dikategorikan sebagai "*operating inside the dominant code*". Kedua negosiasi, di mana penonton mencampurkan interpretasinya dengan pengalaman sosial tertentu mereka. Penonton masuk dalam kategori negosiasi ini antara adaptif dan oposisi terhadap interpretasi pesan. Dan terakhir oposisi, di



mana penonton menolak atau berlawanan dengan representasi yang ditawarkan. Teori ini dipilih karena dapat menjelaskan bagaimana proses pemaknaan yang dilakukan khalayak terhadap simbol agama dalam iklan politik di media sosial.

### 1.5.3 Media Sosial dan Iklan Politik

Media sosial adalah sebuah jejaring sosial yang ada di internet yang memungkinkan orang dapat saling berkomunikasi bertukar pesan baik teks, foto, suara, maupun video di dalam satu aplikasi. Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam peraturannya mengartikan media sosial sebagai kumpulan saluran komunikasi dalam jaringan internet yang digunakan untuk interaksi dan berbagi konten berbasis komunitas (KPU RI, 2017).

*Social media is best understood as a group of new kinds of online media, which share most or all of the following characteristics:*

- *Participation social media encourages contributions and feedback from everyone who is interested. It blurs the line between media and audience.*
- *Openness most social media services are open to feedback and participation. They encourage voting, comments and the sharing of information. There are rarely any barriers to accessing and making use of content – password-protected content is frowned on.*
- *Conversation whereas traditional media is about “broadcast” (content transmitted or distributed to an audience) social media is better seen as a two-way conversation.*
- *Community social media allows communities to form quickly and communicate effectively. Communities share common interests, such as a love of photography, a political issue or a favourite tv show.*
- *Connectedness most kinds of social media thrive on their connectedness, making use of links to other sites, resources and people.*

(Mayfield, 2008, hal. 5)

Mayfield (2008, hal.5) mengatakan bahwa media sosial adalah kelompok jenis media online baru, yang memiliki beberapa karakteristik berikut. Partisipasi media sosial mendorong kontribusi dan umpan balik dari semua orang yang tertarik. Mengaburkan batas antara media dan audiens. Keterbukaan sebagian besar layanan media sosial terbuka untuk umpan balik dan partisipasi. Mereka mendorong pemungutan suara, komentar dan berbagi

informasi. Jarang ada hambatan untuk mengakses dan memanfaatkan konten - konten yang dilindungi kata sandi tidak disukai. Percakapan sedangkan media tradisional adalah tentang "siaran" (konten ditransmisikan atau didistribusikan kepada audiens) media sosial lebih baik dilihat sebagai percakapan dua arah. Media sosial komunitas memungkinkan komunitas untuk membentuk dengan cepat dan berkomunikasi secara efektif. Masyarakat berbagi minat yang sama. Keterhubungan sebagian besar jenis media sosial berkembang pada keterhubungannya, memanfaatkan tautan ke situs, sumber daya, dan orang lain

Salah satu media sosial yang paling besar adalah Instagram. Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video gratis. Di Instagram pengguna juga dapat melihat, mengomentari, dan menyukai kiriman yang dibagikan oleh teman mereka. Instagram didirikan oleh Kevin Systrom (CEO) dan Mike Krieger (CTO). Namun sejak tahun 2012 Instagram telah diakuisisi oleh Facebook dan saat ini telah mencapai lebih dari 800 juta pengguna dari berbagai dunia (Instagram, Inc., 2018). Selain untuk bertukar foto dan video, lebih jauh lagi Instagram digunakan sebagai alat pembangun citra, alat berdagang, dan juga alat untuk iklan. Termasuk untuk mengiklanan politik. Indonesia termasuk dalam negara pengguna Instagram teratas di dunia berdasarkan data dari Hootsuite (lembaga statistika data online). Pada Gambar 1.5. dapat dilihat Indonesia menempati urutan ketiga dengan jumlah pengguna sebesar 53 juta akun aktif menyusul Amerika Serikat dan Brazil (Priandono, 2016).



**Gambar 1.5.**  
**Peringkat Pengguna Instagram Tertinggi Dunia**  
**Sumber: Hootsuite dalam Good News from Indonesia**

Pengertian iklan politik adalah iklan yang menawarkan sesuatu berkaitan dengan politik (Tinarbuko, 2009, hal. 58). Iklan politik merupakan salah satu bentuk alat komunikasi politik yang digunakan untuk menyampaikan pesan tentang individu, partai politik, dan visi misi yang dimiliki oleh individu atau sebuah partai. Iklan politik akan banyak muncul pada saat masa kampanye berlangsung. Iklan politik tidak hanya tersedia di media massa konvensional seperti tv, radio, dan koran. Iklan politik juga muncul di ruang publik dalam bentuk baliho, bendera, spanduk, umbul-umbul, dan poster.

Menurut Scammel (dalam Danial, 2009, hal.59) dalam sejumlah literatur menyatakan bahwa kampanye modern cenderung melihat perubahan global. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor lokal yang melandasi terjadinya perubahan ini seperti, munculnya saluran-saluran komunikasi massa baru di negeri-negeri itu, runtuhnya keterikatan-keterikatan pada ideologi-ideologi politik utama, dan melemahnya partai-partai tradisional dan identifikasi kepartaian dari para pemilih. Jika faktor ini dikontekstualisasikan dengan keadaan Indonesia sekarang ini sangat sesuai. Di mana sekarang perkembangan teknologi memunculkan saluran-saluran komunikasi massa baru seperti media sosial, website, dan *platform* video lainnya yang dapat menjadi lahan baru bagi para aktor politik untuk ‘memasarkan’ diri dan visimisinya dalam pertarungan politik. Saat ini ideologi politik yang berlaku di Indonesia juga memberikan kesempatan yang luas bagi para aktor untuk mempromosikan diri. Identifikasi kepartaian pemilih saat ini juga tidak terlihat jelas berbeda dengan era orde lama dan orde baru yang terlihat jelas atau bahkan sengaja dibentuk afiliasi politik pemilihnya oleh pemerintah.

Seperti yang sudah peneliti sampaikan di awal iklan politik saat ini tidak hanya terbatas pada media konvensional. Media konvensional yang dimaksud adalah media massa seperti televisi, radio, koran. Media iklan politik ini mulai mengalami pergeseran dari media konvensional ke media baru yaitu internet. Media baru yang sangat potensial saat ini adalah media sosial, utamanya

Facebook, Twitter, dan Instagram. Ketiga media sosial ini adalah media yang paling intens interaksinya dengan publik. Di Indonesia sendiri awal pengoptimalan media sosial sebagai alat komunikasi politik terbentuk pada tahun 2012 di Pemilihan Gubernur DKI Jakarta, dan berlanjut pada Pemilihan Presiden 2014. Pemilihan media sosial sebagai alat iklan kampanye politik terus berjalan hingga saat ini termasuk pada Pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018. Kedua calon berusaha membangun citra dan menyampaikan programnya melalui media baru ini, di samping melakukan kampanye di berbagai daerah.

Komisi Pemilihan Umum dalam Peraturan KPU RI No. 4 Tahun 2017 Tentang Kampanye Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Walikota dan Wakil Wali Kota telah mengatur ketentuan iklan kampanye di media sosial sebagai berikut:

**Pasal 47**

Ayat 1

“Kampanye pada media sosial sebagaimana dimaksud dalam Pasal 41 huruf f dilakukan oleh Partai Politik atau Gabungan Partai Politik, Pasangan Calon dan/atau Tim Kampanye.”

Ayat 2

“Partai Politik atau Gabungan Partai Politik, Pasangan Calon dan/atau Tim Kampanye dapat membuat akun resmi di media sosial untuk keperluan Kampanye selama masa Kampanye.”

Ayat 3

“Partai Politik atau Gabungan Partai Politik, Pasangan Calon dan/atau Tim Kampanye wajib mendaftarkan akun resmi di media sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (2) kepada KPU Provinsi/KIP Aceh atau KPU/KIP Kabupaten/Kota sesuai dengan tingkatannya paling lambat 1 (satu) hari sebelum pelaksanaan Kampanye.”

Ayat 4

“Pendaftaran akun media sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (3) menggunakan formulir Model BC4-KWK untuk disampaikan kepada: a. KPU Provinsi/KIP Aceh atau KPU/KIP Kabupaten/Kota; b. Bawaslu Provinsi atau Panwas Kabupaten/Kota; c. Kepolisian Negara Republik Indonesia sesuai tingkatannya; dan d. sebagai arsip Pasangan Calon.”

**Pasal 48**

Ayat 1

“Materi Kampanye dalam media sosial sebagaimana dimaksud dalam Pasal 47 dapat berupa: a. tulisan; b. suara; c. gambar; d. tulisan dan gambar; dan/atau e.

suara dan gambar; yang bersifat naratif, grafis, karakter, interaktif atau tidak interaktif, serta yang dapat diterima melalui perangkat penerima pesan.”

Ayat 2

“Materi Kampanye di media sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam undang-undang tentang Pemilihan.”

**Pasal 50**

“Partai Politik atau Gabungan Partai Politik, Pasangan Calon dan/atau Tim Kampanye wajib menutup akun resmi di media sosial paling lambat 1 (satu) hari setelah masa Kampanye berakhir.”

#### **1.5.4 Simbol Agama dalam Media**

Simbol adalah segala sesuatu yang digunakan untuk menunjukkan sesuatu lainnya, berdasarkan sekelompok orang (Mulyana, Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar, 2009, hal. 92). Simbol disusun secara teratur baik secara verbal atau non verbal dan ditanggapi oleh komunikan sebagai stimulus melalui panca indera. Sobur dalam (Ahadi & Yohana, 2007) menjelaskan simbol verbal adalah simbol yang digunakan sebagai alat komunikasi yang dihasilkan oleh alat bicara, sedangkan simbol non verbal digolongkan ke dalam empat kategori. Kategori tersebut adalah sebagai berikut: simbol yang menggunakan anggota badan, suara, simbol atau tanda yang diciptakan manusia untuk menandai waktu, dan benda-benda yang bermakna ritual. Sedangkan agama adalah suatu sistem kepercayaan kepada tuhan yang dianut sekelompok manusia dengan selalu mengadakan interaksi dengan-Nya. (Bakhtiar, 2007, hal. 2). Oleh karena itu simbol agama diartikan sebagai segala sesuatu yang digunakan untuk menunjukkan sistem kepercayaan (agama). Wahab (2011) mengartikan simbol agama sebagai lambang atau tanda yang berbicara tanpa kata-kata dan menulis tanpa ada tulisan, terdiri dari sejumlah sistem dan model yang disakralkan di dalam kehidupan keagamaan. Simbol-simbol agama terbentuk atas beberapa Sistem yaitu Sistem kognitif, Sistem moral, Sistem konstitutif dan Sistem ekspresif yang mengandung ciri khas agama, karena simbol lahir dari sebuah kepercayaan, berbagai ritual dan etika agama.

Penggunaan simbol agama merupakan salah satu bentuk identitas agama. Identitas agama sering dianggap penting bagi sebagian orang. Identitas agama didasarkan pada keberpihakan budaya dan unsur-unsurnya meliputi aspek nilai, simbol, mitos, dan tradisi yang sering dikodifikasikan dalam adat dan ritual. Molloy ( dalam Priandono, 2016, hal.105-108) menjelaskan bahwa ada setiap agama memiliki delapan basis dasar. Tiga diantaranya adalah kepercayaan ritual, cara mengekspresikan nilai agama dalam seremonial atau tindakan berulang yang digunakan untuk acara spesifik dengan menggunakan simbol agama; Ekspresi material, agama menggunakan sejumlah elemen fisik mengagumkan seperti patung, lukisan, komposisi musik, instrumen, pakaian, arsitektur, dan objek ritual. Narasi agama bergantung pula dengan simbolisme yang dapat diungkapkan melalui kata-kata, di objek material seperti topeng, patung, dekorasi dalam tubuh, benda dalam lingkungan fisik atau melalui penampilan ; dan terakhir dimensi kesucian, yaitu perbedaan antara sakral dan biasa bisa dilihat dari penggunaan bahasa, pakaian, dan arsitektur. Benda-benda tertentu, tindakan, orang, dan tempat suci masuk dalam dimensi ini.

*“The triangular and fluctuating relationship between Western, Muslim, and indigenous influences on ways Indonesians dressed and dress themselves is a complex one. A more elaborate and border analysis of cultural interaccation, taking, into account furniture, architectue, modes of consumption, gestures, sexual behaviour and norms of devancy, is needed to understand” (Dijk, 1997, hal. 79)*

Dalam bukunya Dijk lebih banyak membahas tentang pribumi dan orang Islam Indonesia dari cara berpakaian dan berperilaku. Menurutnya pakaian tidak hanya sebagai pembungkus tubuh. Lebih dari itu pakaian dapat menjadi bentuk identifikasi diri. Pakaian adalah bentuk ekspresi cara hidup yang dapat merefleksikan perbedaan status dan politik atau penampilan agama. Dia juga menjelaskan beberapa contoh cara berpakaian yang mengadopsi budaya barat seperti penggunaan sepatu. Dulu sepatu diasosiasikan dengan kristenisasi dan

bertentangan pada etiket pada saat itu. Pakaian perempuan Islam-jilbab (pakaian panjang, longgar, dan penutup kepala) merupakan adopsi dari Arab dan nilai keislaman. Sedangkan laki-laki memiliki *pars pro toto*, beberapa pakaian seperti pakaian berkerah, celana panjang, sarung dan peci disebut dalam buku ini, dengan menunjukkan bahwa beberapa tokoh besar Indonesia menggunakan pakaian itu dalam dokumen kegiatan agama (seperti salat dan pernikahan). Hal ini mengalami perdebatan. Pasalnya sarung dan peci dianggap bukan simbol keagamaan tetapi simbol persatuan nasional (Nordholt, 2002, hal. 255). Tapi pada Era Orde Baru kombinasi celana panjang, jas, kemeja, tanpa dasi, dan memakai peci tidak lagi semata melambangkan semangat nasional, melainkan cenderung menandai identitas Islam (Nordholt, 2002, hal. 261)

Simbol agama sering ditampilkan sebagai pelengkap sekaligus alat untuk mempropaganda masyarakat di media. Pengertian propaganda sendiri adalah serangkaian pesan yang dirancang untuk dapat mencapai tujuan tertentu. Beberapa alat propaganda diantaranya adalah *name calling, glittering generality, transfer, testimonial, plan folks, card stacking, dan band wagon*. Biasanya simbol agama digunakan sebagai alat propaganda muncul saat momen tertentu untuk tujuan politik. Misalnya saat kampanye, simbol agama dimunculkan untuk mempengaruhi persepsi publik akan calon yang muncul, tujuan akhirnya untuk dapat dipilih dan menang dalam pemilihan. Simbol keagamaan seperti pakaian (kerudung atau baju keagamaan lainnya), penggunaan warna tertentu, bendera-bendera, atau penggunaan kata yang erat dengan agama juga dapat dilihat sebagai strategi (propaganda) yang sangat politis.

Salah satu tujuannya untuk mengubah situasi politik atau mengubah ruang-ruang publik menjadi ruang yang sangat agamis pada momen tertentu. Dan pada akhirnya memberikan keuntungan bagi sang pembuat pesan. Secara tidak langsung penggunaan simbol agama dapat mengontrol keadaan

audiencenya dalam mempresepikan pesan yang dimaksud jika disajikan secara tepat. Simbol keagamaan di media dikatakan sebagai pelengkap saat momen keagamaan tertentu. Semua media seolah berlomba-lomba untuk menampilkan simbol agama seolah itu adalah substansi atau esensi dari agama, padahal lebih dari itu makna agama tidak hanya terletak pada simbol yang ditampilkan di media. Gambar 1.6. Merupakan contoh penggunaan simbol agama oleh media massa di media sosial.



Gambar 1.6.  
Contoh Simbol Agama Ditampilkan Media Massa di Media Sosial  
Sumber: Instagram Liputan6

Sebelumnya penelitian serupa telah dilakukan oleh Paskalia Pramita Nareswari di tahun 2013. Nareswari (2013) pada penelitiannya lebih fokus membahas tentang isi iklan politik yang mengandung simbol agama. Nareswari melakukan penelitian yang membahas tentang penggunaan simbol agama dalam partai politik dengan judul “Kecenderungan Penggunaan Simbol Agama dalam Iklan Politik (Studi Analisis Isi Perbandingan Kecenderungan Penggunaan Simbol-simbol Agama dalam Iklan Televisi Partai Politik Partai Nasional Demokrat dan Gerindra)”. Dalam Penelitian terdahulu peneliti menggunakan analisis isi kuantitatif. Peneliti terdahulu mendeskripsikan data melalui visual maupun audio dan diperkuat dengan wawancara mendalam. Hasil analisis menyatakan simbol agama paling banyak muncul melalui visual, seperti melalui sosok pemimpin,



pakaian (penggunaan kerudung dan peci), alat ibadah, aktivitas (perilaku berdoa), dan ucapan oleh masyarakat dan anggota partai pada iklan Gerindra. Sedangkan Nasional Demokrat lebih banyak memunculkan pakaian kerudung saja. Intensitas kemunculan simbol setiap agama dipengaruhi oleh jumlah hari besar keagamaan selama satu tahun. Selain itu, menurut penelitian terdahulu agama mayoritas di Indonesia menjadi salah satu pengaruh iklan yang diproduksi bertema agama Islam lebih dominan dibandingkan dengan agama lain. Perbedaan penelitian ini fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerimaan simbol-simbol agama dalam iklan kampanye politik oleh publik.

### **1.5.5 Milenial dan Sikap Politik**

Selain harus berwarga negara Indonesia syarat untuk dapat ikut serta dalam pemilihan umum kepala daerah adalah berusia 17 tahun atau dibawah 17 namun harus sudah atau pernah menikah dan terdaftar dalam daftar pemilih tetap yang dimiliki KPU. Maka ada istilah untuk remaja yang baru berusia 17 tahun dalam turut serta berpartisipasi dalam pilkada, biasanya remaja ini sebut sebagai pemilih pemula atau orang yang baru turut serta berpartisipasi dalam ajang pesta demokrasi (Yuningsih & Warsono , 2014). Para pemilih pemula ini adalah salah satu target sasaran yang potensial untuk dibidik oleh partai politik dalam masa kampanye agar dapat menetapkan suaranya dan memenangkan partai politik tertentu. Hal ini disebabkan kurangnya pengalaman dan pengetahuan para pemilih pemula dalam hal politik, termasuk apa saja yang harus dilihat atau dicari dari sosok pemimpin yang akan dipilih dan konsekuensi yang terkandung di dalam pilihannya. Berdasarkan tahun kelahirannya para milih pemula ini dapat dikategorikan sebagai Generasi Milenial.

Howe & Strauss (2007) dalam buku dan jurnalnya menjelaskan tentang Teori Generasi. Teori Generasi mereka membagi rentang usia sebagai berikut: Generasi GI (1901-1924), Generasi Diam (1925-1942), Generasi Boom (1943-1960), Generasi X (1961-1981), Milenial (1982-2005), dan Homeland (2005-2025) . Para Generasi Milenial ini lahir dan terbiasa hidup

dengan teknologi terutama internet sehingga membuat Generasi Milenial dapat melakukan beberapa kegiatan dalam satu waktu (*multi tasking*). Milenial sebagai generasi telah bersikap stabil dan melakukan penurunan perilaku resiko tinggi. Howe & Strauss melihat hubungan Milenial dalam masyarakat dan politik berdasarkan keluarga. Hubungan keluarga dekat Milenial akan berlanjut ketika mereka memasuki usia dewasa muda. Mereka akan memiliki interdependensi pribadi, sosial, dan ekonomi yang lebih erat dengan orang tua mereka daripada generasi sebelumnya. Generasi Milenial akan berusaha menciptakan keluarga yang stabil dan tahan lama ketika mereka mulai memiliki anak-anak mereka sendiri. Generasi Milenial akan menggunakan pemberdayaan digital mereka untuk membangun dan mempertahankan ikatan sebaya yang erat.

Perangin-angin & Zainal (2018) dalam sebuah jurnal menyoroiti partisipasi politik pemilih pemula dalam bingkai jejaring sosial di media sosial. Dari hasil penelitian tersebut terdapat beberapa kesimpulan. Pertama media sosial telah digunakan secara luas dan massif oleh generasi sekarang. Karena mereka dapat berinteraksi dan berkomunikasi secara nyaman tanpa harus memperlihatkan atribut-atribut kepribadian secara terbuka di media sosial. Kedua mereka berinteraksi hanya dengan orang yang sebenarnya mereka telah kenal di dunia realitas, komunikasi dan interaksi dilakukan lebih intensif karena keterbatasan waktu dan tempat akibat padatnya aktivitas harinya. Tetapi kesempatan untuk berinteraksi langsung di akhir minggu juga ternyata tidak dilakukan karena mereka sudah merasa nyaman untuk berinteraksi lewat media sosial. Ketiga media sosial juga saat ini menjadi sumber rujukan berita dan informasi politik bagi mereka. Jika diperlukan, atau merasa memerlukan informasi tambahan, mereka akan mencari informasi lewat media lain. Informasi yang didapat kemudian akan didiskusikan dengan keluarga atau teman-teman sebelum mereka mengambil suatu keputusan politik. Dan terakhir partisipasi politik mereka sangat rendah karena para peserta tidak memahami secara mendalam bahwa definisi politik sebenarnya menyangkut

banyak hal dalam bidang kehidupan. Para peserta hanya mengkaitkan politik dengan partai politik dan aktor politik, karena itu mereka belum mengambil peran aktif dalam politik, baik secara *online* maupun *offline*.

Di tahun 2015 Renciansyah terlebih dahulu meneliti tentang perilaku pemilih pemula dengan judul penelitian “Perilaku Pemilih Pemula dalam Pemilihan Umum (Studi Kasus Pemilih Pemula di Kecamatan Siantan Tengah Kabupaten Anambas Tahun 2014)”. Penelitian tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa perilaku pemilih pemula di Kecamatan Siantan Tengah Kabupaten Kepulauan Anambas dalam pemilihan umum tahun 2014 memilih berdasarkan pemilih menurut kebiasaan yaitu memilih berdasarkan mengikuti anggota kelompok terutama anggota keluarga, dan sangat puas dengan pilihan dengan keluarganya. Menurut peneliti terdahulu ini adalah karakteristik mendasar pemilih pemula jenis ini adalah kurang pendidikan politik (Renciansya, 2015). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah peneliti berfokus pada penerimaan publik (pemilih pemula Generasi Milenial) terhadap pesan iklan kampanye politik yang mengandung simbol-simbol agama bukan berfokus pada perilaku pemilih dalam pemilihan umum.

## **1.6 Metodologi Penelitian**

### **1.6.1 Pendekatan dan Fokus Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan berfokus mencari tahu penerimaan pemilih pemula Generasi Milenial terhadap iklan politik di media sosial. Menurut Mulyana (2002, hal. 150) penelitian kualitatif berbeda dengan kuantitatif. Penelitian kuantitatif tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika matematis, prinsip angka, atau metode statistik. Penelitian kualitatif bertujuan mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya.

### 1.6.2 Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini merupakan penelitian eksploratif. “Penelitian eskploratif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menggali secara luas tentang sebab-sebab atau hal-hal yang mempengaruhi terjadinya sesuatu” (Arikunto, 2016, hal. 7). Penelitian eksploratif merupakan penelitian awal yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai suatu topik penelitian yang akan diteliti lebih jauh (Morissan, 2017). Hal ini sesuai dengan tujuan penelitian ini yang berusaha mengungkap penerimaan simbol-simbol agama dalam iklan kampanye politik dengan menggali informasi secara mendalam.

### 1.6.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *reception analysis* atau analisis resepsi. *Reception analysis* dipilih karena dianggap mampu menjelaskan penerimaan pemilih pemula terhadap penggunaan simbol-simbol agama yang sering digunakan dalam iklan kampanye politik. Analisis resepsi mencoba mengkaji secara mendalam proses aktual wacana media diasimilasikan melalui praktik wacana dan budaya khalayaknya.

### 1.6.4 Unit Analisis

Unit analisis adalah sumber informasi mengenai variabel yang akan diolah dalam penelitian (Zulganef, 2008). Dalam penelitian ini unit analisis adalah informan. Jawaban dari informan mengenai penerimaan simbol agama dalam iklan politiklah yang akan diolah dalam penelitian ini. Informan dalam penelitian ini terdiri dari 10 orang pemilih pemula Generasi Milenial, ber-KTP Jawa Timur, berasal dari berbagai latar belakang beragam, mengikuti akun instagram pasangan calon Gubernur Jawa Timur 2018, dan atau pernah melihat iklan kampanye politik pasangan calon Gubernur Jawa Timur 2018 di Instagram. Jumlah informan ini dirasa cukup untuk menjawab rumusan masalah penelitian ini. Keberagaman latar belakang ini bertujuan untuk mencari tahu bagaimana penerimaan mereka atas simbol agama yang ditampilkan dalam iklan kampanye politik di Instagram.

## 1.6.5 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua hal yang akan dilakukan dalam pengumpulan data terhadap penelitian ini. Yaitu, arsip dokumen dan wawancara mendalam.

### 1.6.5.1 Arsip Dokumen

Arsip dokumen dilakukan dengan mengumpulkan dokumentasi berkenaan dengan iklan kampanye politik di media sosial Instagram.

### 1.6.5.2 Wawancara Mendalam

Wawancara adalah proses tanya jawab yang dilakukan peneliti (pencari informasi) dengan responden (pemberi/sumber informasi). Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan pembuat konten iklan kampanye politik di media sosial. Tujuannya untuk mengetahui sebenarnya apa makna penggunaan simbol agama yang dimaksudkan, apakah sesuai dengan penerimaan publik atau tidak.

Yang dimaksud dengan wawancara yaitu :

- a. Proses tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka secara fisik untuk mengetahui tanggapan, pendapat, dan motivasi seseorang terhadap suatu objek.
- b. Wawancara dapat digunakan untuk menggali masa lalu seseorang serta rahasia kehidupannya.
- c. Menangkap aksi reaksi orang dalam bentuk ekspresi sewaktu .tanya jawab.
- d. Wawancara dapat pula dipakai sebagai cara pengumpul data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian. (Soegijono, 1993)

Wawancara Mendalam atau *depth interview* adalah bentuk dari percakapan yang lebih luas dan lebih fokus. Menurut Berger (dalam Ida, 2014, hal. 162-165) wawancara mendalam adalah salah satu cara menggali jawaban lebih dalam. Digunakan untuk menggali kualitatif informasi yang asa dari informan, baik tentang dirinya, keluarganya, orang lain, lingkungan sekitar atau lebih luas lagi. Dari wawancara mendalam diharapkan peneliti mendapatkan banyak informasi bahkan “unexpected information” yang sangat berharga.

### 1.6.6 Teknik Analisis Data

Setelah mendapatkan data terkumpul lewat dokumentasi iklan kampanye politik dan hasil transkrip wawancara mendalam terhadap penerimaan pemilih pemula terhadap iklan kampanye politik di Instagram. Hasil wawancara kemudian dikelompokkan berdasarkan beberapa topik yang muncul dalam wawancara sesuai dengan tema penelitian. Topik-topik tersebut akan digunakan sebagai subpembahasan dalam penelitian ini. Temuan data kemudian dianalisis menggunakan teori yang relevan. Hasil penerimaan dan tanggapan mereka akan diinterpretasikan dan dihubungkan dengan latar belakang informan yang akan menentukan posisi penerimaan mereka berupa *dominant*, *negotiated* atau *oppositional reading*.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM**

#### **2.1 Kampanye Politik Pemilihan Gubernur Jawa Timur**

Indonesia merupakan negara demokrasi yang menjunjung tinggi peran rakyat. Dalam menjalankan pemerintahannya Indonesia menganut sistem dari rakyat, untuk rakyat, dan oleh rakyat. Termasuk dalam pemilihan kepala daerah. Pemilihan kepala daerah adalah kegiatan rutin yang diselenggarakan tiap lima tahun sekali guna memilih calon kepala daerah secara demokratis. Pemilihan Gubernur juga masuk dalam aturan ini. Berdasarkan Peraturan KPU Nomor 2 Tahun 2017 Bab 1 Pasal 1 menyatakan bahwa yang dimaksud Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur adalah pelaksanaan kedaulatan rakyat di wilayah provinsi untuk memilih Gubernur dan Wakil Gubernur secara langsung dan demokratis. Di Jawa Timur sendiri pemilihan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Timur dilakukan pada tanggal 27 Juni 2018. Pemilihan ini juga dilakukan serentak di 171 daerah Indonesia.

Sebelum melakukan pemilihan gubernur para calon gubernur dan wakil gubernur harus melakukan serangkaian prosedur yang telah ditetapkan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU). Dikutip dari Kumparan.com (2018) berikut adalah prosedur dan jadwal yang telah ditetapkan oleh KPU:

- 22-26 November 2017  
Penyerahan syarat dukungan pasangan calon gubernur dan wakil gubernur ke KPU Provinsi.
- 9-11 Desember 2017  
Penyampaian syarat dukungan pasangan calon gubernur dan wakil gubernur kepada PPS.
- 8-10 Januari 2018  
Pendaftaran pasangan calon
- 12 Februari 2018  
Penetapan Pasangan calon
- 13 Februari 2018  
Pengundian nomor urut

Tiga hari setelah penetapan pasangan calon berhak untuk melakukan kampanye. Kampanye dilakukan guna mengenalkan calon gubernur kepada masyarakat, memaparkan visi misi para calon, meraih empati publik untuk memilih calon saat pemilihan berlangsung agar dapat menang dalam pemilihan. Kampanye adalah salah satu hal penting dalam sebuah pemilihan maka penyelenggaraan kampanye juga diatur oleh KPU. Masa kampanye adalah salah satu yang diatur dalam kampanye agar tidak ada kecurangan dalam pemilihan. Masa kampanye Pemilihan Gubernur Jawa Timur dilakukan sejak 15 Februari - 23 Juni 2018. Selain melakukan kampanye dengan tim sukses kedua pasangan calon gubernur juga mengikuti debat publik yang diselenggarakan KPUD Jawa Timur. Gunanya untuk menunjukkan kualitas, gambaran program, dan visi misi pasangan calon. Debat publik ini dilaksanakan tiga kali dengan tema berbeda berikut jadwal dan tema dalam Debat Publik Jawa Timur 2018:

1. 10 April 2018. Kesejahteraan Rakyat
2. 8 Mei 2018. Ekonomi dan Pembangunan
3. 23 Juni 2018. Tata Kelola Pemerintahan dan Pelayanan Publik

Setelah masa kampanye berakhir maka akan memasuki masa tenang. Pada masa tenang para pasangan calon dan tim sukses tidak boleh melakukan kampanye. Seluruh alat peraga kampanye akan dilakukan pembersihan. Masa tenang berlangsung pada tanggal 24-26 Juni 2018. Peraturan tentang masa tenang diatur dalam Dalam PKPU Nomor 4 Tahun 2017 tentang Kampanye dalam Pilkada, pasangan calon dilarang berkampanye di masa tenang.

#### Pasal 51

- (1) Kampanye dilaksanakan 3 hari setelah penetapan pasangan calon peserta pemilihan sampai dengan dimulainya masa tenang.
- (2) Masa tenang kampanye berlangsung selama 3 hari sebelum hari dan tanggal pemungutan suara.
- (3) Pada masa tenang, pasangan calon dilarang melaksanakan kampanye dalam bentuk apapun.



Selain alat peraga KPU juga mengatur ketentuan soal media dalam BAB VI tentang Pemberitaan dan Penyiaran Kampanye. Pasal 60 berbunyi :

“Media massa cetak, media massa elektronik dan lembaga penyiaran dilarang menayangkan iklan kampanye komersial selain yang difasilitasi oleh KPU Provinsi /KIP Aceh atau KPU/KIP Kabupaten/Kota sebagaimana dimaksud dalam Pasal 32 ayat (1).”

Seperti yang telah tertulis pada Peraturan KPU No 4 Tahun 2017 Tentang Kampanye Pilkada pasal 70 ayat 2 di mana Partai Politik atau Gabungan Partai Politik, Pasangan Calon dan/atau Tim Kampanye dilarang mencetak dan memasang Alat Peraga Kampanye selain dalam ukuran, jumlah dan lokasi yang telah ditentukan oleh KPU Provinsi. Alat Peraga Kampanye seperti baliho, spanduk dan umbul-umbul dapat dicetak paling banyak 150 persen dari jumlah yang ditetapkan KPU. Ukuran alat peraga kampanye juga ditentukan KPU yaitu umbul-umbul maksimal 6x1,15 meter dan spanduk maksimal 1x5 meter. Bahan kampanye, yang meliputi flyer, leaflet, pamphlet dan poster dicetak sesuai ukuran KPU dan paling banyak 100 persen dari jumlah kepala keluarga pada daerah Pemilihan. Sedangkan bahan kampanye seperti kaus, penutup kepala, kalender, kartu nama, pin, alat tulis, payung atau stiker, harganya tak lebih dari Rp. 25.000 per itemnya (Detik.com, 2018). Untuk iklan kampanye di media, baik cetak, online dan elektronik, pemasangan itu baru diperbolehkan 14 hari sebelum masa tenang. Gambar 2.1. adalah gambar baliho, umbul-umbul, dan spanduk kampanye yang telah disetujui KPU. Alat peraga kampanye ini disebar di seluruh wilayah Jawa Timur berdasarkan ketentuan KPU.

1. Desain baliho:



15/18  
Dwi  
MUKHOMAR DADI

15/18  
Dwi  
Dwi SANIMAN

Parwaslu  
Roel  
Ridwan Rachman

KPU BATU  
Fah  
Dafnurdia

3. Desain spanduk:



15/18  
Dwi  
MUKHOMAR DADI

15/18  
Dwi  
Dwi SANIMAN

KPU BATU  
Fah  
Dafnurdia  
Parwaslu  
Roel  
Ridwan Rachman

2. Desain umbul-umbul:



15/18  
Dwi  
MUKHOMAR DADI

15/18  
Dwi  
Dwi SANIMAN

KPU BATU  
Fah  
Dafnurdia  
Parwaslu  
Roel  
Ridwan Rachman

Gambar 2.1.  
Gambar alat peraga kampanye Pilgub Jatim 2018  
Sumber: KPU Kota Batu

Selain memasang alat peraga kampanye dan mengikuti debat terbuka yang diselenggarakan oleh KPUD Jatim kedua calon pasangan ini juga melakukan berbagai kegiatan kampanye di berbagai wilayah di daerah Jawa Timur. Mulai dari mengunjungi ke beberapa pasar tradisional, pondok pesantren, ziarah ke makam tokoh penting, melakukan interaksi dengan buruh, dan mengadakan diskusi terbuka lain. Semua kegiatan itu kemudian di kampanyekan juga di sosial media masing-masing. Gambar 2.2. dan 2.3. adalah beberapa contoh kegiatan kampanye yang dikutip dari laman Instagram pribadi dan tim sukses kedua pasang calon.



**Gambar 2.2.**  
Kumpulan kegiatan kampanye Khofifah-Emil  
Sumber: instagram @khofifahemiljatim



Gambar 2.3.  
Kumpulan kegiatan kampanye Gus Ipul- Mbak Puti  
Sumber: Instagram @puti\_soekarno

## 2.2 Profil Kandidat Pemilihan Gubernur Jawa Timur

### 2.2.1 Khofifah Indar Parawansa- Emil Dardak

Pasangan Khofifah-Emil mendapatkan nomor urut satu dalam Pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018. Pasangan ini memperoleh dukungan dari tujuh partai, yaitu Partai Demokrat, Golkar, Nasdem, PAN, PPP, dan Hanura dengan total perolehan 42 kursi. Perolehan dukungan ini penting mengingat perolehan jumlah kursi DPRD di tempat pilkada berlangsung adalah salah satu syarat pencalonan calon Gubernur. Dalam Peraturan KPU Nomor 9 Tahun 2016 tentang Pencalonan

Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Wali Kota dan Wakil Wali Kota, syarat pertama bagi partai yang ingin mengusung calon gubernur sendiri adalah harus memiliki jumlah perolehan kursi di DPRD di daerah pilkada sebanyak 20 persen. Atau parpol punya 25 persen dari akumulasi suara sah dalam pemilihan legislatif terakhir (Detik.com, 2017).

Khofifah Indar Parawansa lahir di Surabaya, 19 Mei 1965. Berdasarkan peta riwayat karier yang dilansir oleh khofifahemil.id dan viva.co.id (2018) diketahui bahwa Khofifah mengambil dua jurusan berbeda dan dari dua perguruan tinggi yang beda pula. Pertama, dia belajar politik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga (Unair) dan kedua, Ia belajar ilmu komunikasi dan agama di Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah, Surabaya. Dan melanjutkan ke jenjang S 2 di FISIP Universitas Indonesia. Ia memulai karier politiknya dengan menjadi anggota DPR RI dan menjadi Ketua Fraksi Partai Persatuan Pembangunan (PPP) 1992-1997 di usianya yang ke 27 tahun. Dan terpilih lagi pada periode berikutnya, tapi hanya berjalan dua tahun karena pada tahun 1998 terjadi peralihan rezim orde baru. Di tahun 1999 Khofifah berpindah partai ke Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) dan terpilih lagi menjadi anggota dewan. Bahkan Ia sempat terpilih menjadi Wakil Ketua DPR RI dan Sekretaris Fraksi PKB MPR RI di tahun yang sama. Khofifah juga pernah menjadi Kepala Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional (1999-2001).Tapi tidak lama Ia diangkat menjadi Menteri Pemberdayaan Perempuan oleh Presiden Abdurrahman Wahid (Gus Dur) pada kabinet Persatuan Indonesia.

Setelah berhenti menjadi menteri di tahun 2001 Ia aktif di berbagai kegiatan kemasyarakatan. Dia aktif di organisasi Muslimat, organisasi sayap perempuan Nahdlatul Ulama (NU). Dia memimpin Muslimat periode 2000-2005. Di tahun 1998-2000 Ia dipercaya menjadi Ketua Partai PKB. Kembali menjadi anggota dewan dengan menduduki jabatan Ketua Komisi VII DPR RI dan Ketua Fraksi PKB MPR RI 2004-2006. Dan menjadi ketua umum PP Muslimat Nahdatul Ulama (NU) di tahun 2000-2005. Menjadi anggota Dewan

Pertimangan DPP PKB dan Dewan Syuro PKB di tahun 2000-2002. Menjadi Wakil Sekretaris Dewan Syuro PKB di tahun 2002-2007. Pada Pemilihan Presiden 2014, Khofifah diminta menjadi salah satu juru bicara politik pasangan Jokowi-JK. Setelah itu Khofifah dipercaya menjadi Menteri Sosial pada kabinet Kerja 2014. Dan kemudian mengundurkan diri karena mencalonkan diri menjadi calon Gubernur Jawa Timur 2018. Khofifah juga pernah mencalonkan diri pada dua periode sebelumnya.

Berbeda dengan pasangannya ini kali pertama bagi Emil Elistianto Dardak untuk maju ke pertarungan Cagub-Cawagub Jawa Timur. Emil merupakan anak dari pasangan Hermanto Dardak dan Sri Widayati. Ayahnya pernah menjabat sebagai Wakil Menteri Pekerjaan Umum periode tahun 2010-2014. Sementara sang kakek, H. Mochamad Dardak salah satu kyai Nahdlatul Ulama (NU). Selain memiliki latar keluarga yang terpandang Emil juga memiliki latar belakang pendidikan luar negeri. Ia memperoleh gelar diplomasnya setelah menempuh pendidikan di Melbourne Institute of Business and Technology. Ia juga melanjutkan program S1 di Universitas New South Wales, Australia. Sementara program S2 dan S3 di Ritsumeikan Asia Pacific University, Jepang. Ia meraih gelar doktor di usia 22 tahun. Emil sempat bekerja sebagai World Bank officer di Jakarta dan Media Analysis Consultant di Ogilvy. Ia mencapai puncak kariernya saat didapuk sebagai Chief Business Development and Communication-Executive Vice President di PT Penjaminan Infrastruktur Indonesia (Persero). Ia memulai karier politiknya pada tahun 2015 bersama Muhammad Nur Arifin dan langsung diusung oleh koalisi 7 partai politik yang terdiri dari Partai Demokrat, Partai Amanat Nasional, Partai Golkar, Partai Gerakan Indonesia Raya, Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan, Partai Hati Nurani Rakyat, dan Partai Persatuan Pembangunan. Dan berhasil mengantarkannya sebagai Bupati Trenggalek pada tahun 2016. Kemenangan Emil mendorong dirinya menjadi kader PDI Perjuangan.

Pada tahun 2013, Emil menikah dengan aktris cantik Arumi Bachsin yang makin menaikkan popularitasnya. Sosok Emil yang masih muda dan sukses dalam bidang politik membuat ia berhasil memperoleh penghargaan Regional Marketeer Award (RMA) yang diselenggarakan Marketeers dan Indonesia Marketing Association (IMA). Dalam penghargaan ini Kabupaten Trenggalek dinilai menonjol dalam menjalankan konsep pemasaran yang baik dan benar. Padahal sebelumnya Kabupaten Trenggalek adalah daerah yang tidak strategis. Namun secara perlahan Emil mengantarkan Trenggalek menjadi lebih maju. Di tahun 2016 pula Emil dipercaya mendampingi Gubernur Jeju Korea Selatan sebagai Wakil Presiden Asosiasi Pemerintah Daerah (United Cities and Local Government) se-Asia Pacific, selain itu Emil juga dipercaya sebagai Wakil Ketua Umum Asosiasi Pemkab Seluruh Indonesia (Apkasi). Dan di tahun 2017 Kembali Emil meraih penghargaan Enterepreaneur Award dalam upaya pengentasan kemiskinan. Penghargaan itu diraih lewat program Gerakan Tengok Bawah Masalah Kemiskinan Dan Kerentanan yang diinisiasinya. Di tengah tanggung jawabnya memimpin Trenggalek, Emil didapuk sebagai calon wakil Gubernur Jawa Timur berpasangan Khofifah Indar Parawansa yang akan bertarung pada Pilgub 2018.

Kedua sosok di atas memantapkan diri untuk bergabung bersama menjadi pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Timur 2018. Dengan slogan 'Kerja untuk Jatim Sejahtera'. Santun, visioner, energik dan berprestasi, itulah karakter yang diangkat tim sukses Khofifah-Emil untuk memenangkan pasangan nomor urut satu ini. Berikut Gambar poster dan penjabaran visi dan misi Khofifah-Emil.



Gambar 2.4.  
Salah Satu Poster Kampanye Khofifah – Emil  
Sumber: khofifahemil.id

Visi: *Terwujudnya masyarakat Jawa Timur yang sejahtera, seimbang, unggul dan berakhlak dengan tata kelola pemerintahan yang partisipatoris, inklusif, dan menghargai nilai-nilai kemanusiaan.*

Misi:

1. Membangun insan Jawa Timur secara utuh dengan mendayagunakan seluruh potensi melalui pembangunan sektor kebudayaan, pendidikan dan kesehatan dengan dilandasi oleh kearifan lokal yang berbasis pada nilai-nilai kesantunan, keagamaan dan kebudayaan.
2. Membangun ekonomi berbasis gotong royong sehingga tercapai keadilan dan kesejahteraan yang menjangkau semua lapisan serta mendorong keberpihakan terhadap sektor ekonomi kecil dan menengah yang sinergis dengan kekuatan ekonomi yang lebih besar.
3. Membangun tata kelola pemerintahan yang bersih, terbuka dan partisipatoris sehingga terwujud kebijakan yang inklusif, di atas landasan kepemimpinan yang meritokratik, inovatif, tegas dan mengayomi.
4. Memperkuat demokrasi kewargaan untuk menghadirkan ruang sosial yang menghargai prinsip kebhinekaan.
5. Mewujudkan pembangunan yang berwawasan lingkungan dan berkelanjutan untuk menjamin keselarasan ruang ekologi, ruang sosial, ruang ekonomi dan ruang budaya.



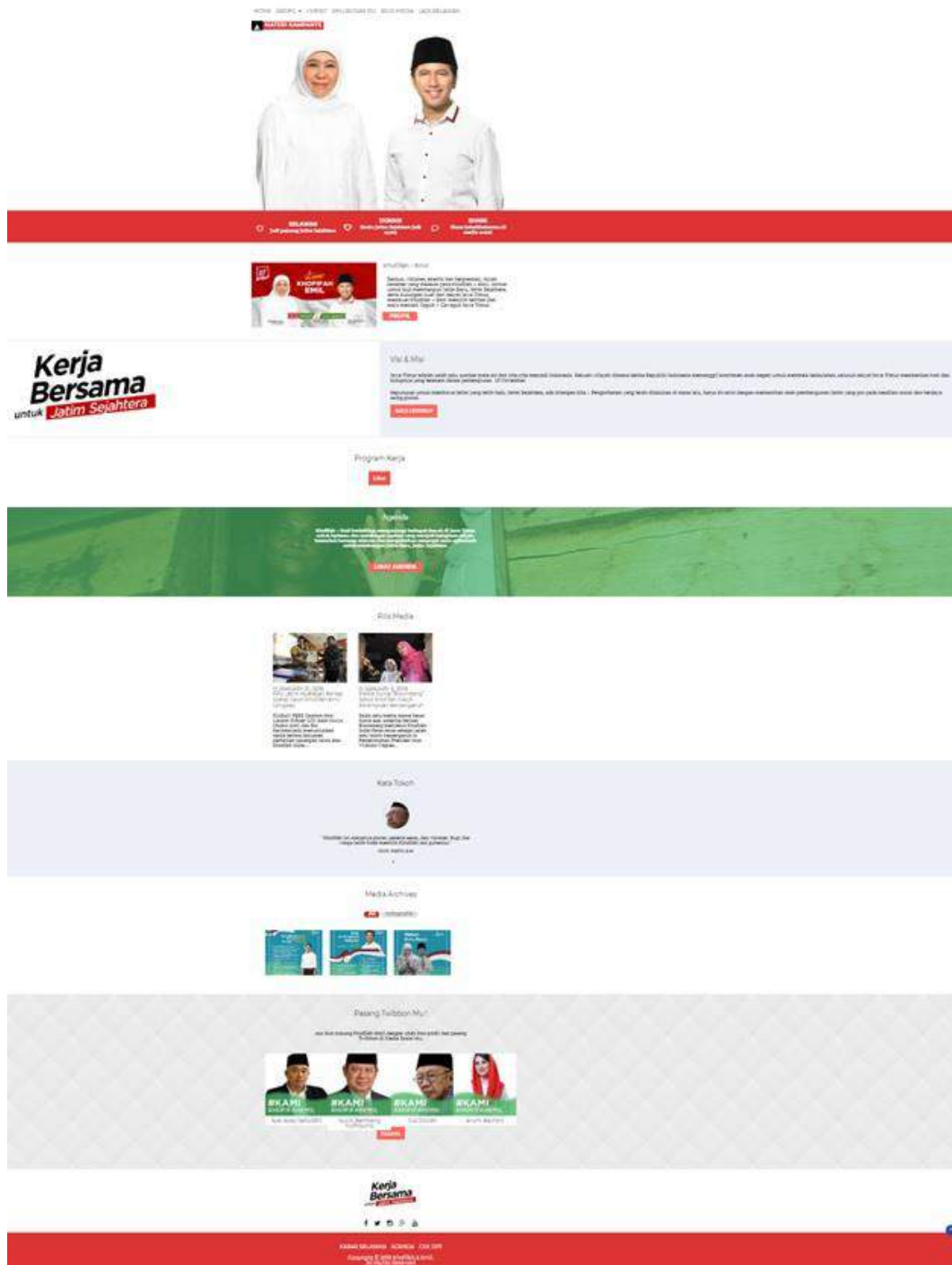
Pasangan Khofifah-Emil memiliki program kerja yang disebut Nawa Bhakti Satya. Berdasarkan data yang dilansir Kumparan.com (2018) program Khofifah-Emil itu terdiri dari 9 bhakti atau program kerja yang akan dilakukan jika terpilih memimpin Jatim 5 tahun ke depan. Berikut adalah pemaparan program Khofifah-Emil:

1. **Bhakti 1 adalah Jatim Sejahtera**, yang orientasinya untuk pengentasan kemiskinan menuju keadilan dan kesejahteraan sosial. Bentuknya berupa PKH Plus untuk penduduk miskin 38 kabupaten/kota, 664 kecamatan, 5674 desa dan 2827 kelurahan. Disabilitas, lansia terlantar, perempuan kepala keluarga rentan. Kemudian mengurangi beban 26 Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial (PMKS) dengan subsidi provinsi anggaran ini akan meningkat mengikuti peningkatan pendapatan APBD Provinsi Jatim.
2. **Bhakti 2 yakni Jatim Kerja**. Fokusnya ialah kepada Milenial Job Center dengan cara memberikan *job training*, pendidikan vokasi, membantu starting up usaha, membantu promosi bagi usahawan muda, dan membantu pembiayaan usaha pada tahap awal usaha. Lalu membuat Dream Team Science Techno Park/ STP (5 -10 anak SMK dan 2-4 anak D3/S1), membentuk STP bagi kelompok rintisan usaha di berbagai daerah. Selain itu juga akan menggunakan Belanja Inovasi Daerah (Belanova), memberikan jaminan bagi produksi dan distribusi produk-produk inovasi anak muda melalui informasi super koridor di 5 bakorwil yang ada di Jatim.
3. **Bhakti 3 adalah Jatim Cerdas dan Sehat**. Hal ini memfokuskan pada pendidikan dan kesehatan gratis berkualitas. Bentuknya bermacam-macam, misalnya tis-tas (gratis dan berkualitas) dengan memperluas cakupan bantuan siswa miskin, bantuan biaya sekolah, dana insentif operasional akreditasi, tunjangan kinerja bagi guru tidak tetap. Selanjutnya ada tunjangan PKL SMK jurusan prioritas (kelautan, teknologi pertanian, pariwisata), program desa sehat untuk memperkuat layanan kesehatan pedesaan. Memperkuat RSUD Provinsi di Madiun, dan memperkuat RS rujukan Madura dan Tapal Kuda, serta memberikan akses pendidikan berbasis pesantren bagi anak petani, anak nelayan, anak buruh, anak yatim dan anak yatim piatu yang kurang mampu.

4. **Bhakti 4 adalah Jatim Akses** yang diprioritaskan untuk membangun infrastruktur dalam kerangka pengembangan wilayah terpadu, dan keadilan akses bagi masyarakat pesisir dan desa terluar. Turunannya berupa pembangunan Kawasan Lingkar Wilis, Lingkar Bromo, Lingkar Ijen, Gerbang Kertasusila, Koridor Maritim Pantura Jawa- Madura, Koridor Maritim Selatan Jawa. Selain akses darat, akses laut juga diperhatikan melalui pembangunan dermaga perintis pulau-pulau Sumenep, penguatan layanan transportasi laut Pulau Bawean, pengembangan pesisir selatan.
5. **Bhakti 5 adalah Jatim Berkah.** Hal ini dilakukan dengan cara memberi tunjangan kehormatan Imam Masjid di Kampung, Pesisir dan Pulau Terluar. Perluasan tunjangan kehormatan hafiz dan hafizah, penguatan peran pondok pesantren dalam mendorong partisipasi sekolah dan beasiswa guru diniyah hingga S2, membangkitkan kesetiakawanan sosial, kepahlawanan dan keperintisan. Selain itu juga mendorong pembentukan karakter kesalehan dan tanggung jawab sosial masyarakat dan dunia usaha.
6. **Bhakti 6 yaitu Jatim Agro,** yang diprioritaskan untuk memajukan sektor pertanian, peternakan, perikanan darat dan laut, kehutanan, perkebunan untuk mewujudkan kesejahteraan petani dan nelayan. Program turunannya berupa menguatkan program petik, olah, kemas, jual, mengembangkan agropolitan, stabilisasi dan tabungan pangan, asuransi petani, restrukturisasi produk pertanian. Jatim Agro juga akan menjadikan sungai dan hutan sebagai sumber kehidupan dan penguatan SDM pertanian dan GAPOKTAN.
7. **Bhakti 7 adalah Jatim Berdaya** yang diprioritaskan untuk memperkuat ekonomi kerakyatan dengan berbasis UMKM, koperasi, dan mendorong pemberdayaan pemerintahan desa. Programnya bermacam-macam, seperti *One Village One Product One Corporate & Agropolitan, Communal Branding* untuk UMKM, *Supply and Demand Channel*, penataan pasar tradisional, inklusi UMKM retail modern, serta menumbuhkembangkan koperasi perempuan, petani dan nelayan dan perdagangan antar pulau.
8. **Bhakti 8 yakni Jatim Amanah,** dengan tujuan menyelenggarakan pemerintahan yang bersih, efektif dan anti korupsi. Caranya dengan membudayakan meritokrasi, menyelenggarakan complain handling system, budaya birokrasi yang melayani dan efektif, menjaga *clean government, sound governance*, perluasan dan pelayanan berbasis IT.

9. **Bhakti 9 adalah Jatim Harmoni.** Ini dimaksudkan untuk menjaga harmoni sosial dan alam dengan melestarikan kebudayaan dan lingkungan hidup. Program derefatifnya meliputi pariwisata partisipatoris, integrasi museum perpusda dan galeri seni, ruang kebinekaan, seni tradisional, *clean industries*, *green city*, *halal tourism*, 51 titik potensi ESDM, dialog antar budaya (seni, seniman dan budayawan) maupun dialog Intern dan antar umat beragama.

Gambar 2.5. merupakan gambar laman resmi tim pemenangan Khofifah-Emil 2018. Pada laman [khofifahemil.id](http://khofifahemil.id) berisi informasi lengkap terkait kedua pasangan calon. Mulai dari profil pribadi Khofifah – Emil, kegiatan terbaru, visi-misi, program, testimoni dari tokoh besar, twibon dukungan, sampai dengan file poster kampanye resmi dari Khofifah-Emil.



Gambar 2.5.  
Laman Resmi Khofifah-Emil  
Sumber: khofifahemil.id

### 2.2.2 Saifullah Yusuf-Puti Guntur Soekarno

Saifullah Yusuf dan Puti Guntur Soekarno mendapatkan nomor urut dua dalam Pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018. Pasangan ini memperoleh dukungan dari empat partai yaitu PDI Perjuangan, PKB, PKS, dan Gerindra dengan total perolehan 58 kursi. Pasangan ini dapat dikatakan sebagai pasangan *incumbent* atau pertahana. Sebab Saifullah Yusuf telah dan sedang menjabat sebagai Wakil Gubernur Jawa Timur selama dua periode.

Saifullah Yusuf atau yang kerab disapa Gus pul lahir di Pasuruan, 28 Agustus 1964. Putra dari pasangan Ahmad Yusuf Cholil dan Sholichah Hasbullo. Dibesarkan dalam keluarga berlatar islam yang kuat. Ia merupakan cicit dari Pendiri NU KH Bisri Syansuri dan keponakan dari KH. Abdurrahman Wahid (Gus Dur). Gus Ipul menempuh pendidikan di Madrasah Ibtidaiyah Mambaul Ma'arif Denanyar Jombang dan SMP Islam Pasuruan. Setelah lulus dari SMA, Ia melanjutkan kuliah di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (FISIP), Universitas Nasional Jakarta. Gus Ipul banyak belajar dari sang paman Gus Dur yang pada masa itu tengah menjabat sebaga Ketua Umum PBNU. Gus Ipul memulai karir politiknya dengan bergabung GP Ansor, orginasasi sayap pemuda NU. Di tahun 1999, Gus Ipul dipercaya untuk menggantikan posisi Ketua. Saifullah Yusuf kemudian terpilih sebagai anggota DPR Fraksi PDI-P. Ia dianggap sebagai lambang aliansi dari Gus Dur dan Megawati Soekarnoputri. Namun, hubungan Gus Dur dan Megawati merenggang, Gus Ipul memutuskan untuk keluar dari DPR dan PDI-P dan pindah ke PKB (Partai Kebangkitan Bangsa) pada tahun 2001.

Saat muktamar PKB tahun 2002, Gus Ipul terpilih menjadi Sekretaris Jenderal PKB mengalahkan kandidat-kandidat kuat lainnya. Di tahun 2004 Suami dari Fatma Saifullah Yusuf ini kemudian mendapat amanah dari Presiden Susilo Bambang Yudhoyono sebagai Menteri Negara Pembangunan Daerah Tertinggal Republik Indonesia selama 1 periode. Sementara jabatannya sebagai Sekjen PKB harus dilepas karena konflik internal di dalam PKB. Namun Ia tetap menjadi

Ketua Umum GP Ansor untuk periode 2005-2010. Setelah menjadi menteri Gus Ipul berhasil mendampingi Soekarwo untuk maju dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Timur selama dua periode. Setelah menjadi Wakil Gubernur selama hampir sepuluh tahun, Ia maju menjadi Calon Gubernur Jatim bersama Puti Guntur Soekarno. Gus Ipul maju sebagai Calon Gubernur dalam Pilgub 2018 mewakili PKB. Dan mendapat dukungan dari PDI Perjuangan. Pada awalnya PDI Perjuangan merekomendasikan Saifullah Yusuf berpasangan dengan Bupati Banyuwangi Azwar Anas. Namun pada akhirnya Azwar Anas menggundurkan diri saat mendekati pendaftaran. Dan akhirnya digantikan oleh Puti Guntur Soekarno (viva.co.id, 2018).

Meskipun tidak diusung menjadi calon pendamping Gus Ipul dari awal Puti Guntur Soekarno memiliki keunggulannya tersendiri. Lahir sebagai cucu Soekarno Presiden Republik Indonesia yang pertama membuatnya besar dalam didikan politik. Anak dari pasangan Guntur Soekarno Putra dan Henny Emilia Hendayani ini lahir di Jakarta, 26 Juni 1971. Ia aktif dalam beberapa kegiatan kemasyarakatan dengan menjadi Wakil Ketua Yayasan Fatmawati, Ketua Yayasan Wildan, dan Ketua Yayasan Puspa Seruni. Ia mengenyam pendidikan politik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia jurusan Administrasi Negara. Kemudian terjun ke partai politik dengan bergabung ke PDI Perjuangan milik bibinya Megawati Soekarno Putri Presiden kelima Republik Indonesia. Pada tahun 2009 Puti mencalonkan diri sebagai anggota DPR RI untuk daerah pemilihan Jawa Barat X; Ciamis, Kuningan, dan Kota Banjar. Dan berhasil duduk di Komisi X DPR yang membidangi pendidikan dan kebudayaan, serta pemuda dan olahraga, pariwisata, ekonomi kreatif serta perpustakaan. Pada Pemilu 2014, Ia kembali terpilih menjadi anggota DPR RI. Di tahun 2017 namanya pernah digadang-gadang maju pada Pilgub Jawa Barat sampai pada akhirnya Ia ditunjuk langsung oleh Ketua Umum PDI Perjuangan untuk maju sebagai calon Wakil Gubernur Jawa Timur 2018 mendampingi Saifullah Yusuf (viva.co.id, 2018). Berikut gambar poster dan penjabaran visi dan misi dari Saifullah Yusuf-Puti Guntur Soekarno.



**Gambar 2.6.**  
Salah Satu Poster Kampanye Gus Ipul- Puti Soekarno  
Sumber: [jatimsedulurmakmur.com](http://jatimsedulurmakmur.com)

Visi: *Perubahan berkelanjutan untuk Jawa Timur makmur.*

Misi:

1. Meningkatkan aksesibilitas dan kualitas pelayanan di bidang pendidikan, kesehatan, informasi dan kebutuhan dasar lainnya untuk peningkatan kualitas sumber daya manusia dan kesejahteraan keluarga.
2. Memperkuat pranata lingkungan sosial kemasyarakatan yang berakhlak, berbudaya, aman, harmonis, berwawasan jender dan berkeadilan untuk pengembangan kehidupan bergotong royong.
3. Memperluas pusat-pusat pertumbuhan ekonomi yang prospektif, berkelanjutan, inklusif, untuk menjamin perluasan kesempatan kerja, pemerataan dan kemakmuran.
4. Meningkatkan konektivitas dan kolaborasi antar wilayah berbasis potensi lokal, tata ruang (terpadu) dan daya dukung lingkungan untuk percepatan dan pemerataan laju pembangunan.
5. Meningkatkan sinergitas dan tata kelola pemerintahan yang baik dan bersih untuk peningkatan kualitas pelayanan publik.

Berikut adalah beberapa program pasangan Gus Ipul-Mbak Puti:

1. PKH Super (Pemberdayaan Keluarga Harapan)  
 Modal usaha untuk kepala keluarga perempuan. Paket nutrisi makmur untuk pemenuhan protein bagi rumah tangga sangat miskin. Kartu Jatim Sejahtera bagi keluarga miskin yang belum terlindungi jaminan kesehatan nasional. Membangun infrastruktur dasar: rumah layak huni, sanitasi lingkungan dan sambungan suplai air bersih.
2. Satria Madura  
 Dana tambahan 1 triliun/tahun untuk: pembangunan infrastruktur dasar, pengembangan ekonomi keluarga, peningkatan layanan pendidikan dan kesehatan. Menjadikan Madura pusat pariwisata halal. Meningkatkan konektivitas transportasi antar pulau. Berkantor di Madura secara berkala.
3. Laras Hati  
 Menghadirkan rumah sakit dan seluruh fasilitas layanan kesehatan “tanpa tolak” melalui inovasi layanan digital. Menghadirkan layanan dokter spesialis kandungan, bedah, penyakit dalam, dan anak di puskesmas.
4. Dik Dilan (Pendidikan Digratiskan Berkelanjutan)  
 Mewujudkan SMA/SMK Negeri Gratis. Beasiswa SMA/SMA Swasta bagi keluarga miskin. Paket beasiswa pendidikan tinggi untuk: sarjana, santri ke luar negeri, penelitian tesis dan disertasi. Peningkatan kompetensi guru dan insentif terhadap guru tidak tetap/pegawai tidak tetap, Guru TPQ dan PAUD.
5. Madun Plus (Madrasah Diniyah Plus)  
 Menambah dan memperluas penerima biaya operasi santri madrasah diniyah. Melanjutkan dan memperluas ustaz/ustazah madrasah diniyah, pesantren dan khafidz dan khafidzah. Penguatan pendidikan afama dan akhlak.
6. Superstar (Sentra UMKM Pemberdayaan Industri Kreatif dan Start Up)  
 Fasilitas UMKM unggulan yang terintegrasi dengan kluster industri pengolahan. Penjaminan akses perbankan untuk financial technology dalam pembiayaan UMKM. Mendorong lahirnya pusat kolaborasi bisnis Start Up. Fasilitas koperasi produk dan koperasi wanita dengan pelatihan kapasitas dan profesionalisme serta akses terhadap sumber pembiayaan.
7. Pak Kardiman (Peluang kerja di mana-mana)



Meningkatkan kualitas tenaga kerja melalui Balai Latihan Kerja (BLK) sesuai permintaan pasar kerja. Memfasilitasi program magang siswa SMK di perusahaan dan industri sekitar. Mendirikan pusat-pusat pengembangan keahlian kewirausahaan. Perlindungan butuh migran dan perbaikan upah minimum.

8. Tampan Sejati

Mencetak petani muda entrepreneur. Mendirikan badan penyangga dan manajemen logistik di setiap kluster/kawasan agropolitan. Membangun pasar lelang perikanan modern. Fasilitas nelayan, teknologi sederhana, GPS kapal nelayan serta penyediaan fasilitas mesin pendingin. Memperluas akses masyarakat dan program perhutanan sosial. Jaminan asuransi resiko petani dan nelayan.

9. Seribu Dewi

Menciptakan 1000 desa wisata berbasis budaya, alam, religi, agro, maritim, dan potensi wisata lainnya. Fasilitas kelompok sadar wanita (pokdarwis) dengan pemberian pelatihan manajerial, digital marketing, dan akses modal usaha. Peningkatan kualitas akses, fasilitas penunjang, dan atraksi.

10. Baja Emas

Mewujudkan ruas jalan, tot, dan flyover pemecah kemacetan pada jalur-jalur ekonomi strategis. Memastikan jalan provinsi berstatus baik dan layak dengan jalan pantai selatan Jawa. Revitalisasi dan integrasi terminal antar kota perbaikan infastruktur irigasi.

11. Kembang Sari

Membangun rumah aman bagi penyandang masalah kesejahteraan sosial. Menjamin fasilitas publik yang ramah anak, lansia, dan warga difabel. Pembangunan instalasi pengolahan sampah regional dan limbah bahan berbahaya dan beracun terpadu (B3). Pemasangan instalasi metrik hijau untuk kualitas air dan udara. Mengembangkan pusat-pusat kesenian dan kebudayaan.

12. Mahkota Perak

Percepatan perijinan pembangunan rumah atau apartemen rakyat untuk masyarakat untuk masyarakat. Berpenghasilan rendah (MBR) tanpa uang muka. Memfasilitasi kepemilikan rumah, rumah susun sewa untuk pekerja dan buruh dengan harga terjangkau.

13. Tebar Jala (Pusat ekonomi baru jalur selatan)
 

Membangun pusat-pusat industri pengolahan di Blitar, Trenggalek, dan Pacitan. Membangun kawasan penyangga agropolitan di Jember, Malang, Tulungagung, Ngawi, dan Madiun. Mendukung optimalisasi sektor pariwisata di Banyuwangi dan Situbondo. Optimalisasi sektor perkebunan rakyat untuk komoditas unggulan.
14. Rembulan (Program sosial untuk pemuliaan perempuan, anak, dan lansia)
 

Perlindungan perempuan, anak, dan kelompok marginal integrasi sistem pelaporan mandiri. Memberikan fasilitas pelatihan dan pendampingan kewirausahaan terhadap lansia produktif. Pendampingan dan konseling kesehatan korban kekerasan dalam rumah tangga. Perlindungan hak kesehatan buruh perempuan. Perlindungan anak dari narkoba.
15. Bersinar (Berkebudayaan rukun dan seniman makmur)
 

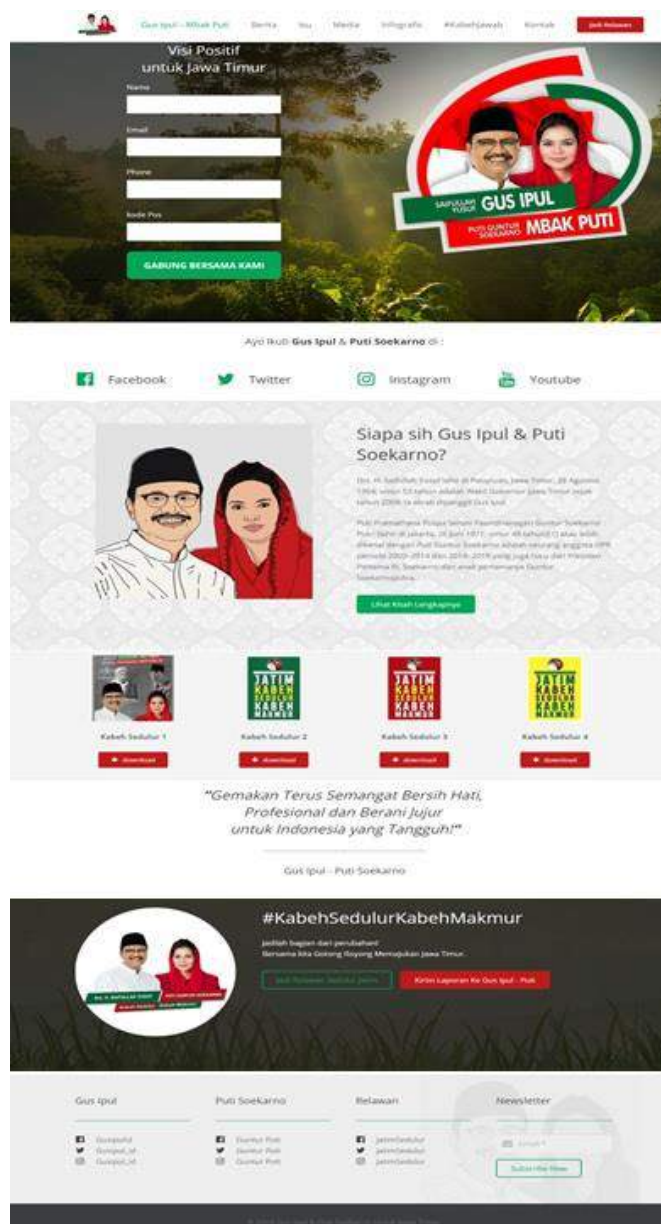
Fasilitas kegiatan pergaulan dan penanaman kehidupan sosial multikultural di wilayah komunitas. Asisten dalam penyediaan instruktur remaja. Penyelenggaraan kemah bersama antar sekolah secara rutin. Pemberian jaminan kesehatan dan tunjangan bagi seniman dan budayawan. Fasilitas bidang olahraga
16. Pemerintah Kolaboratif
 

Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang bersih dan transparan, serta layanan publik yang andal berbasis digital. Penguatan satgas anti korupsi. Peningkatan fasilitas penanggulangan bencana. Mengembangkan mall pelayanan publik. Mewujudkan pemerintah kolaboratif dengan merangkul para inovator sosial.
17. Desa Cemara (Desa cerdas maju sejahtera)
 

Desa dengan terkoneksi infrastruktur internet. Fasilitasi pelayanan administrasi dasar sampai ke desa. Pendampingan hukum dan manajemen keuangan bagi aparat desa. Revitalisasi pasar desa berbasis pemenuhan pangan dan pengembangan program BUMDesa
18. Mas Metal (Milenial dan masyarakat melek digital)
 

Seluruh wilayah Jawa Timur terjangkau jaringan internet Memperluas literasi digital melalui jalur pendidikan formal dan informal. Meningkatkan partisipasi publik untuk pengawasan tata kelola pemerintahan yang bersih dan transparan berbasis digital. Pengembangan kota-kota cerdas.

Semua program ini dan visi misi yang tertera di atas disampaikan oleh pasangan nomor urut 2 kepada masyarakat melalui postingan di sosial media dan website mereka. Pada gambar menunjukkan laman tim sukses pasangan ini. Di laman tersebut tersedia berbagai informasi terkait paslon Gus Ipul-Mbak Puti. Mulai dari visi-misi, berita terbaru, sampai dengan cara bergabung menjadi relawan Jatim Sedulur. Gambar 2.7 menunjukkan laman pemenangan mereka.



**Gambar 2.7.**  
**Laman Pemenangan Gus Ipul – Mbak Puti**  
 Sumber: jatimsedulur.com

### 2.3 Profil Informan

Penelitian ini merupakan penelitian tentang penerimaan pemilih pemula Generasi Milenial oleh karena itu peneliti telah menyeleksi informan penelitian ini agar dapat memberikan informasi yang benar dan tepat guna menjawab rumusan permasalahan yang sedang diteliti. Para informan terdiri dari yang berbagai latar belakang agama, pendidikan, ekonomi, pekerjaan, dan tentunya pemilih pemula yang lahir pada tahun 1997-2000 yang termasuk Generasi Milenial. Tujuannya untuk memberikan gambaran penerimaan simbol agama dalam iklan kampanye politik Pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018 di Instagram secara menyeluruh. Berikut profil informan penelitian ini:

#### 2.3.1 INFORMAN CACA (I1)

Nama	: Sucahyaning Wahyu Trihasti Kartika
Tempat, Tanggal Lahir	: Surabaya, 28 April 1998
Asal Daerah	: Surabaya
Usia	: 20 tahun
Alamat Rumah	: Jl. Sulung GG. I/17
No. Telp/Hp	: 081235717729
Agama	: Kristen Protestan
Pendidikan Terakhir	: SMA
Pekerjaan	: Mahasiswa
Akun instagram	: @k.caca

#### 2.3.2 INFORMAN YUSUF (I2)

Nama	: Yusuf Muhammad Nur
Tempat, Tanggal Lahir	: Surabaya, 29 Mei 1998
Asal Daerah	: Surabaya
Usia	: 20 tahun
Alamat Rumah	: Jl. Indrapura 1/48
No. Telp/Hp	: 081231069662
Agama	: Islam
Pendidikan Terakhir	: SMA
Pekerjaan	: Mahasiswa
Akun Instagram	: @yusufmhmd_

## 2.3.3 INFORMAN AYU (I3)

Nama : Sang Ayu Putu Yuanita Pramesti  
 Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 30 Mei 1999  
 Asal Daerah : Sidoarjo  
 Usia : 19 tahun  
 Alamat Rumah : Pondok Wage Indah 2 Blok U No.16  
 No. Telp/Hp : 085852548565  
 Agama : Hindu  
 Pendidikan Terakhir : SMA  
 Pekerjaan : Mahasiswa  
 Akun Instagram : @ayupramesti

## 2.3.4 INFORMAN AGNES (I4)

Nama : Agnes Ika Putri Herawati  
 Tempat, Tanggal Lahir : Magetan, 30 Oktober 1998  
 Asal Daerah : Magetan  
 Usia : 19 tahun  
 Alamat Rumah : Lingk. Sale RT.37/ RW.06, Plaosan, Magetan  
 No. Telp/Hp : 085649149080  
 Agama : Budha  
 Pendidikan Terakhir : SMA  
 Pekerjaan : Mahasiswa  
 Akun Instagram : @agnesiph

## 2.3.5 INFORMAN ZAHRA (I5)

Nama : Zahra Jasmine  
 Tempat, Tanggal Lahir : Lumajang, 8 Juli 2000  
 Asal Daerah : Jombang  
 Usia : 17 tahun  
 Alamat Rumah : Perumahan Mahameru III/149 Jombang  
 No. Telp/Hp : 081330209324  
 Agama : Islam  
 Pendidikan Terakhir : SMA  
 Pekerjaan : Mahasiswa  
 Akun Instagram : @jasmineschoo

## 2.3.6 INFORMAN BOBBY (I6)

Nama : Bobby Tanaya Gunawan  
 Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 11 Agustus 1998  
 Asal Daerah : Surabaya  
 Usia : 19 tahun  
 Alamat Rumah : Tanah Merah Sayur 2 No.45  
 No. Telp/Hp : 087855167895  
 Agama : Islam  
 Pendidikan Terakhir : SMA  
 Pekerjaan : Mahasiswa  
 Akun Instagram : @bobbytanaya

## 2.3.7 INFORMAN DANIEL (I7)

Nama : Daniel Krisdianto Yuwono  
 Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 11 September 1997  
 Asal Daerah : Surabaya  
 Usia : 20 tahun  
 Alamat Rumah : Jl. Medokan Asri Barat 1/43  
 No. Telp/Hp : 08532701322  
 Agama : Kristen Protestan  
 Pendidikan Terakhir : SMA  
 Pekerjaan : Swasta  
 Akun Instagram : @danielkrisdiantoyuwono

## 2.3.8 INFORMAN VALLEN (I8)

Nama : Valention Joseph  
 Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 8 September 1998  
 Asal Daerah : Surabaya  
 Usia : 19 tahun  
 Alamat Rumah : Pondok Tanjung Permai Tahap II blok F/3  
 No. Telp/Hp : 087752194986  
 Agama : Katolik  
 Pendidikan Terakhir : SMA  
 Pekerjaan : Mahasiswa  
 Akun Instagram : @vjbudiono

## 2.3.9 INFORMAN BINTORO (I9)

Nama : M. Bintoro M. P.  
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 23 April 1998  
Asal Daerah : Surabaya  
Usia : 20 tahun  
Alamat Rumah : Jl. Suropto No.11  
No. Telp/Hp : 081332976431  
Agama : Islam  
Pendidikan Terakhir : SMA  
Pekerjaan : Mahasiswa & Swasta  
Akun Instagram : @bintoro\_m

## 2.3.10 INFORMAN DINDA (I10)

Nama : Dinda Adelia Aqobah  
Tempat, Tanggal Lahir : Suabaya, 28 Juli 1998  
Asal Daerah : Surabaya  
Usia : 19 tahun  
Alamat Rumah : Simo Katrungan Kidul V/15  
No. Telp/Hp : 081249910010  
Agama : Islam  
Pendidikan Terakhir : SMA  
Pekerjaan : Mahasiswa & kerja paruh waktu  
Akun Instagram : @adeliadind\_

### **BAB III**

## **ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA**

Penelitian ini merupakan penelitian tentang penerimaan pemilih pemula generasi milenial terhadap simbol-simbol agama yang dimunculkan dalam iklan kampanye politik di Media Sosial. Peneliti mengangkat iklan kampanye politik di media sosial yang ada pada Pemilihan Gubernur Jawa Timur (Pilgub Jatim) 2018 sebagai objek penelitian. Peneliti telah mengumpulkan berbagai data untuk menjawab rumusan masalah yang ada pada penelitian ini terkait penerimaan pemilih pemula Generasi Milenial terhadap simbol-simbol agama dalam iklan kampanye politik pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018 di Instagram. Penelitian ini menggunakan metode *reception analysis* dengan teknik pengambilan data berupa wawancara mendalam dan studi dokumen. Peneliti telah melakukan wawancara mendalam kepada sepuluh orang informan yang sesuai dengan kriteria penelitian ini. Para informan merupakan pemilih pemula pada tahun 2018, termasuk dalam generasi milenial (kelahiran 1997-2000) berusia 17-21 tahun. Data informan lebih lengkap dapat dilihat pada BAB II, sub bab 2.3 tentang profil informan. Hasil wawancara tersebut akan dijelaskan dan dikaji lebih dalam pada bab ini.

Pada bab ini peneliti membagi pembahasan ke dalam tiga sub bab. Peneliti menangkap bahwa ada beberapa hal yang mempengaruhi penerimaan seorang pemilih pemula generasi milenial dalam mengkonsumsi iklan kampanye politik pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018 di Instagram. Oleh karena itu peneliti menemustakan pembabakan sub bab sebagai berikut referensi media sebagai sumber informasi, penerimaan simbol agama, dan pemilih pemula dan preferensi terhadap iklan kampanye politik. Ketiga hal ini peneliti anggap sebagai hal yang paling utama dan mendasari penerimaan pemilih pemula milenial. Pertama peneliti ingin menjelaskan tentang referensi media sebagai sumber informasi pemilih pemula. Karena dari sub bab ini kita dapat melihat kecenderungan sumber informasi yang di peroleh oleh para pemilih pemula Generasi Milenial. Berasal



dari mana dan bagaimana mereka mengakses sumber informasi terkait politik terutama pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018. Kedua penerimaan simbol agama oleh para pemilih pemula Generasi Milenial. Pada sub bab ini peneliti ingin menjelaskan tentang apa saja simbol Pada sub bab ini peneliti ingin menjelaskan tentang apa saja simbol yang mereka tanggap dan bagaimana penerimaan mereka terhadap sibol tersebut. Peneliti juga akan menunjukkan bagaimana simbol agama ditampilkan oleh para aktor politik dalam iklan kampanye tersebut. Dan pada sub bab terakhir pemilih pemula dan preferensi terhadap iklan kampanye politik, peneliti berusaha mejelaskan bagaimana preferensi pemilih pemula terhadap iklan kampanye politik. Termasuk penjelasan terkait bagaimana iklan kampanye politik yang mereka suka, iklan politik yang melekat pada benak mereka dan iklan kampanye politik yang mereka harapkan.

### **3.1 Referensi Media Sebagai Sumber Informasi Politik**

Mengetahui referensi media yang dipilih pemilih pemula Generasi Milenial untuk menjadi sumber informasi politik menjadi hal penting. Pada dasarnya Teori Khalayak Aktif menekankan interaksi antara teks dan pembaca, dikombinasikan dengan integrasi tingkat mikro dan makro analisis, menawarkan respon terhadap serangan terhadap konsep audiens. Informasi berasal dari sumber yang beragam. Maka dari itu kita perlu mengetahui sumber informasi politik pemilih pemula. Karena dari sumber informasi tersebut pemilih pemula Generasi Milenial sebagai audiens dapat melakukan interpretasi dan merespon informasi yang disajikan oleh sumber tersebut. Dengan mengetahui referensi sumber informasi pemilih pemula kita dapat melihat kecenderungan sumber informasi di kalangan Generasi Milenial. Dengan mengetahui hal ini pula kita dapat mengetahui bagaimana kualitas informasi yang diterima oleh pemilih pemula dan juga bagaimana penerimaan mereka dalam menerima suatu informasi. Hal ini akan dapat menjawab rumusan masalah tentang bagaimana penerimaan pemilih pemula Generasi Milenial terhadap simbol-simbol agama dalam iklan kampanye politik pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018 di Instagram.

Informasi termasuk bagian penting dalam kehidupan sehari-hari manusia. Madden (2000, hal.348) mendefinisikan informasi sebagai: stimulus yang berasal dari satu sistem yang mempengaruhi interpretasi oleh sistem lain baik dari hubungan sistem kedua dengan pertama atau dari hubungan yang dua sistem berbagi dengan lingkungan tertentu (di mana sistem seperti yang didefinisikan di atas, dalam Konteks Kepemilikan). Sedangkan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi mengartikan informasi sebagai keterangan, pernyataan, gagasan, dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna, dan pesan, baik data, fakta maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dan dibaca yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik ataupun nonelektronik.

Sebelumnya di tahun 1999 McCreddie dan Rice (dalam Madden,2000, hal.343) telah memaparkan konsep informasi dan meringkasnya sebagai berikut. Pertama informasi sebagai representasi pengetahuan. Informasi adalah pengetahuan yang tersimpan. Secara tradisional disimpan dalam media penyimpanan telah buku, dan sekarang merambah ke media elektronik. Kedua informasi sebagai data di lingkungan Informasi dapat diperoleh dari berbagai rangsangan dan fenomena lingkungan; tidak semuanya dimaksudkan untuk menyampaikan pesan, tetapi yang bisa informatif ketika ditafsirkan dengan tepat. Ketiga informasi sebagai bagian dari proses komunikasi Makna ada pada orang daripada kata atau data. Waktu dan faktor sosial memainkan peran penting dalam pemrosesan dan interpretasi informasi. Dan terakhir informasi sebagai sumber daya atau komoditas Informasi ditransmisikan dalam pesan dari pengirim ke penerima. Penerima mengartikan pesan sebagaimana dimaksud oleh pengirim. Mungkin ada nilai tambah ketika informasi disebarluaskan atau dipertukarkan. Termasuk tentang informasi politik. Informasi politik adalah segala informasi yang berhubungan dengan politik baik tentang pemerintah dan masyarakat, kebijakan publik, pemilihan umum, aktor politik, dan lain sebagainya.

Keputusan untuk memilih calon Gubernur juga dipengaruhi oleh informasi yang diterima oleh pemilih. Informasi - informasi tersebut berasal dari beragam sumber informasi. Orang tua, teman sebaya, rekan kerja, media, internet, dan lainnya merupakan sumber informasi yang ada dalam kehidupan sehari-hari. Matriks Sumber Informasi Politik pada lampiran menjelaskan tentang sumber informasi politik yang diterima informan berdasarkan wawancara mendalam yang telah peneliti lakukan. Dari matriks ini peneliti ingin menunjukkan pada pembaca bahwa ternyata informasi politik diterima oleh para informan yang akan menjadi pemilih pemula generasi milenial tidak berasal dari satu sumber saja. Ada beberapa sumber informasi politik yang menjadi referensi mereka dalam mengambil keputusan.

Sumber informasi politik pertama para pemilih pemula generasi milenial adalah dari orang tua. Fitri Sulistyaning Tyas dan Harmanto di tahun 2014 telah melakukan penelitian tentang peran keluarga khususnya orang tua dalam menanamkan kesadaran politik pada anaknya sebagai pemilih pemula. Dari penelitian itu didapatkan hasil bahwa orang tua memegang peran penting dalam melakukan edukasi politik para pemilih pemula. Orang tua menjadi salah satu agen sosialisasi politik pertama yang mempunyai peranan dalam melaksanakan pendidikan politik, khususnya peran orang tua. Peran orang tua tersebut melalui proses pembelajaran dan pemahaman tentang hak, kewajiban dan tanggung jawab dalam kehidupan berbangsa dan bernegara, supaya pemilih pemula mempunyai kesadaran untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan politik (Tyas dan Harmanto,2014).

Hal ini sejalan dengan hasil temuan peneliti. Seluruh informan menyatakan bahwa keluarga merupakan sumber pertama mereka dalam mengenal politik. Keluarga khususnya orang tua mengajarkan mereka tentang kondisi, sejarah, dan semua hal berkaitan dengan politik. **“Yang pertama kali ngenalin politik sih orang tua** ya mungkin, soalnya paling dekat dengan orang tua kan...” kata informan Bintoro saat diwawancara pada tanggal 22 Juni 2018 Ia

menyatakan bahwa sumber informasi politik pertamanya adalah orang tua“. Para pemilih pemula generasi Millennial memperoleh edukasi politik dari orang tua melalui narasi, perbincangan, dan proses tanya jawab yang dilakukan sehari-hari. Seperti informan Vallen yang tertarik pada politik karena menerima cerita terkait politik yang diberikan ayahnya saat kumpul.

“Dulu kecil jarang, Cuma kalau pas SMP itu kebetulan Papa saya kan (lulusan) Hukum jadi dia sering lihat di tv, terus saya juga lihat. Terus mulai tahu tokoh-tokoh yang politik itu, saya lihat terus papa cerita-cerita, oiya ternyata lumayan seru politik. Cuma katanya ya gitu lah pokoknya”- Informan Vallen , wawancara 10 Juni 2018

Selain orang tua keluarga dan lingkungan sekitar juga menjadi sumber informasi pertama para pemilih pemula generasi milenial. Seperti informan Bobby yang mendapat edukasi politik dari kakek dan tetangganya. “...Ehmm mungkin yang mengenalkan aku politik waktu dulu itu almarhum kakek. Jadi, dulu itu sering waktu nongkrong di luar rumah itu sama tetangga bicarain tentang ya kebijakan-kebijakannya pemerintah kayak gitu....” kata Bobby pada wawancara 11 Juni 2018.

Setelah keluarga dan lingkungan sekitar, teman sebaya adalah sumber informasi. Teman sebaya turut memberikan kontribusi informasi politik bagi diri seseorang yang nantinya dapat mempengaruhi proses pemilihan. Caca, informan pertama mengatakan bahwa dia merasa mendapat masukan dari teman-temannya terkait politik. Dalam pemilihan gubernur ini Caca dan teman-temannya melakukan diskusi terkait debat pilgub dan merasa mendapat masukan terkait kandidat yang akan Ia dipilih. Beberapa informan lain juga turut melakukan diskusi dengan rekan mereka terkait politik dan pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018 itu sendiri. Seperti informan Yusuf yang aktif berdiskusi dengan teman-temannya di Persatuan Mahasiswa Hukum Indonesia (permahi) terkait aktivitas politik yang terjadi. Informan Dinda yang mengikuti diskusi di kampus tentang politik. Maka kita dapat melihat bahwa teman juga memiliki peran sebagai sumber informasi politik para pemilih pemula generasi milenial.

Sumber informasi lain adalah tenaga pengajar seperti guru dan dosen. Ternyata tidak hanya memberikan pendidikan formal tenaga pengajar juga turut memberikan informasi tentang politik pada para pemilih pemula. Beberapa informan mengatakan bahwa guru ikut memberi informasi politik berupa cerita dan gambaran tentang seorang tokoh. Informan Ayu merasa guru Pendidikan Kewarganegaraannya dulu sering memberikan materi dan menyisipkan edukasi politik saat berada di bangku sekolah. Hal ini cukup memberikan pengaruh cara pandangnya dalam menilai seorang calon pemimpin. “Cukup berpengaruh sih. ...sekarang nih udah waktunya milih kayak nginget-ninget ada nggak sih orang ini misalnya pernah denger sesuatu yang buruk tentang orang ini kayak gitu”.

Selain itu sumber informasi politik yang paling sering dijumpai adalah media massa. Media massa juga sering dijadikan sebagai acuan publik dalam memperoleh informasi. Media massa kini semakin berkembang mulai konvensional dan digital. Menurut Cangara (2002,hal.134) media massa yaitu alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan televisi. Televisi dan Koran adalah media konvensional yang dipilih oleh para informan sebagai sumber informasi berita. Berberapa stasiun televisi seperti TvOne, Metro Tv, Liputan 6, dan Kompas menjadi pilihan mereka guna memperoleh informasi politik. Peran Media terhadap pengetahuan publik sangat tinggi. Hal ini terbukti dari penelitian yang dilakukan oleh Kaufhold di tahun 2010 (dalam Fachrudin, 2018) . Dari penelitian tersebut didapat hasil bahwa berita dan media berpartisipasi atau berkorelasi positif pada peningkatan pengetahuan politik (*political knowledge*) masyarakat. Dengan mengikatnya *political knowledge* individu maka individu akan menjadi lebih yakin dalam proses pembuatan keputusannya termasuk untuk menentukan pilihan calon Gubernur Jawa timur 2018.

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat menghasilkan teknologi yang semakin canggih pula. Teknologi ini diciptakan untuk mendukung mobilitas manusia guna mempermudah aktivitasnya. Perkembangan teknologi ini juga mempengaruhi penerimaan manusia khususnya generasi Millennial dalam mengkonsumsi informasi. Jika sebelumnya mereka mendapatkan informasi atau berita dari media massa cetak, radio, atau televisi. Sekarang mereka mulai beralih ke sumber informasi online di internet. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Rizal I. (Ilmi,2014) tentang Perilaku pencarian informasi dengan menggunakan media internet pada remaja awal. Dan menghasilkan temuan bahwa kemudahan dalam mengakses informasi di internet sangat dimanfaatkan oleh remaja awal. Karena banyaknya informasi yang internet sajikan. Selain itu Ilmi juga memaparkan beberapa data riset yang dilakukan oleh Yahoo pada tahun 2009, di Indonesia kalangan remaja usia antara 15-19 tahun mendominasi penggunaan internet di Indonesia atau mencakup 64% dari pengguna internet di Indonesia. Hal ini semakin menguatkan argumen peneliti tentang adanya pergeran media sumber informasi dikalangan Milenial.

Internet menyediakan berbagai informasi secara cepat, beragam, dan lengkap. Sehingga dapat memberikan kepuasan akan informasi yang dibutuhkan. Bahkan saat ini informasi tidak hanya didapat melalui portal media online secara khusus (resmi milik lembaga media) namun juga tersedia di sosial media seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. Selain itu ada juga aplikasi yang mendukung penggunaannya untuk mengakses berita. Seperti Line Today pada aplikasi Line.

Pernyataan tersebut dibenarkan oleh informan Ayu yang mengatakan:

“Biasanya sering sih Instagram, Line Today sama.... Kalau Line Today tuh lebih ke biasanya menyebar-nyebar sih. Kalau di internet tuh biasanya kayak di Line Today atau misalnya dari Instagram terus kan Instagram kan nggak seberapa banyak yang mereka tulisin jadi aku cari ke internet kayak gitu sih.” – Informan Ayu, wawancara 8 Juni 2018

Pernyataan informan Ayu ini juga didukung oleh pernyataan informan Dinda yang memperbarui informasinya dari Line Today dan berita di media sosial Instagram.

“Line Today. Line Today, temen terus kalo koran pasti nggak deng soalnya hampir nggak pernah terus tv juga kayaknya enggak soalnya juga nggak pernah lihat tv semenjak kuliah jadi lebih kayak ke temen lebih ke Line Today lebih ke timeline Instagram gitu.” – Informan Dinda, wawancara 22 Juni 2018

Begitu pula dengan sumber iklan kampanye politik yang mereka dapatkan saat ini mayoritas didapat dari media sosial. Dari hasil pretest wawancara mendalam yang peneliti lakukan didapat hasil bahwa para pemilih pemula generasi milenial menggunakan media sosial lebih dari dua sampai tiga jam per hari. Mereka membuka akun media sosialnya hampir di setiap waktu kosongnya. Pagi hari setelah bangun tidur dan malam sebelum tidur adalah waktu yang paling sering disebutkan. Mereka membuka akun media sosial untuk melihat aktivitas rekan dan membagikan aktivitas mereka. Informasi politik juga masuk pada akun media sosial mereka. Mulai dari akun yang benar-benar secara sadar dan atas keinginan mereka ikuti. Bahkan dari *explore* beranda, salah satu menu di Instagram yang menunjukkan aktivitas akun populer/viral atau dari aktivitas orang yang mereka ikuti. Akun yang muncul di *explore* adalah hasil olahan algoritma Instagram. Dari sini muncul akun politik termasuk simpatisan pendukung para calon Gubernur Jawa Timur yang muncul dari interaksi (*like* atau komen) dari para pengikut akun mereka. Mereka mengakui bahwa sudah jarang mengkonsumsi media massa konvensional dan beralih ke internet terutama media sosial.

“Ee sebenarnya gini sih, media sosial itu kan banyak digunakan Generasi Milenial itu anak muda. Jadi itu tergantung sasarannya. **Kalau tv kan sekarang sekarang jarang to anak muda nonton tv gitu.** Jadi kalo misal **kampanye itu ee lewat media sosial maupun tv saya kira itu sudah cukup sih, apalagi di jalan-jalan itu semakin cukup** sih. Soalnya itu masalah ini aja sih, pengguna. Jadi itu masalah sasarannya mereka itu apa. Kan kampanye itu soal sasaran”- Informan Bobby, wawancara 11 Juni 2018.

Informan Bobby berpendapat bahwa penggunaan media sosial seperti Instagram adalah langkah yang tepat dipilih oleh para calon Gubernur Jawa Timur 2018 untuk mengenalkan diri, visi-misi, dan programnya ke pada masyarakat. Karena para Generasi Milenial saat ini banyak yang menggunakan Instagram. Hal ini lebih tepat sasaran karena pada generasi mereka sudah jarang mengonsumsi media mainstream seperti televisi, radio atau koran. Iklan kampanye secara online menjadi cara baru yang baik dan tepat guna untuk mendapatkan dukungan suara. Bobby menyadari betul bahwa kampanye ini sangat erat dengan sasaran maka alat yang digunakan juga harus tepat untuk dapat meraih sasarannya. Hal ini juga disepakati oleh para informan lain.

Lebih lanjut Informan Zahra berpendapat bahwa pengaruh yang diberikan oleh iklan kampanye politik di media sosial seperti Instagram sangat berpengaruh dalam memberikan perimbangan atas kedua pasangan calon. Menurutnya selain kemudahan aksesibilitas media sosial, faktor intensitas juga sangat mempengaruhi. Semakin sering mereka mengakses maka semakin banyak informasi yang mereka dapat olah menjadi bahan pertimbangan. Maka menjadi penting bagi para aktor dan tim sukses pemenangan untuk melakukan branding dan iklan kampanye di sosial media.

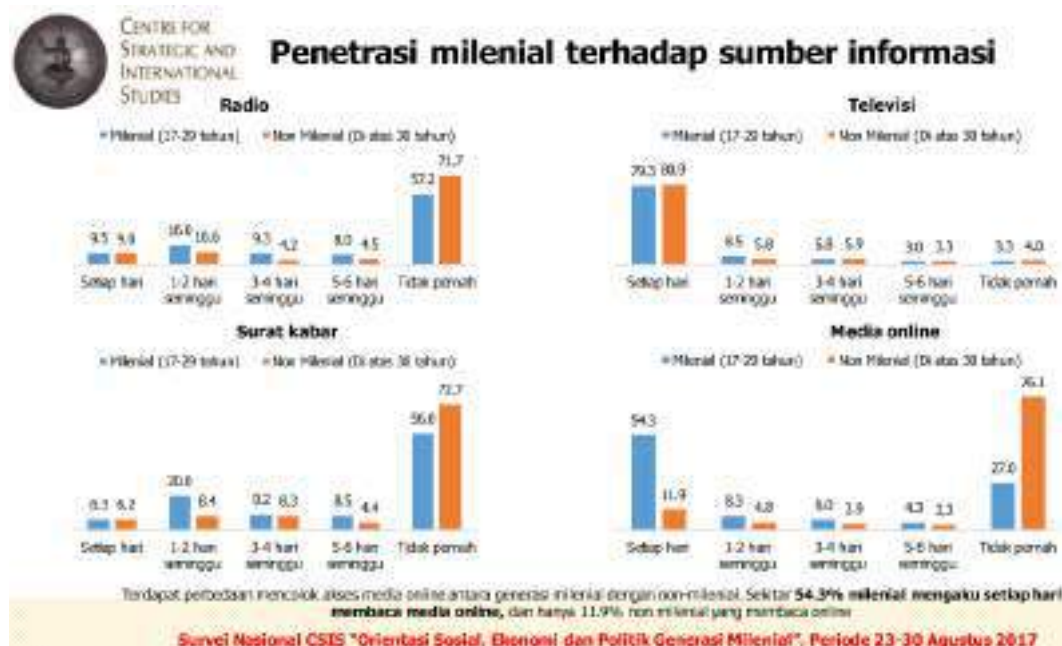
**“Kalau menurut saya pengaruh banget ya karena kan sekarang itu orang-orang pakai sosmed semua kebanyakan, sekarang kan zaman juga udah digital gitu, malahan sekarang itu udah jarang yang lihat tv, sekarang itu seringnya lihat sosmed sama You tube. Jadi penting dan sangat berpengaruh sekali iklan kampanye ini masuk sosmed-sosmed tersebut gitu”**-Informan Zahra, 6 wawancara Juni 2018

Hal ini diperkuat dengan adanya Survei Nasional yang dilakukan oleh Center for Strategic and International Studies (CSIS) tentang “Orientasi Sosial, Ekonomi dan Politik *Generasi Milenial*”, Periode 23-30 Agustus 2017. Didapatkan hasil seperti yang tertera pada Gambar 3.1. Dari Gambar tersebut dapat diketahui bahwa dua sumber informasi yang paling banyak dikonsumsi Milenial setiap harinya adalah televisi dan media online. Sebanyak 79,3%



Milennial mengonsumsi informasi melalui televisi hasil ini lebih rendah 1,6% dibandingkan Non Milennial yang telah berusia di atas 30 tahun. Sementara 54,3% mengonsumsi media online setiap harinya hasil ini memperoleh perbedaan jumlah yang signifikan di mana hanya ada 11,9% Non Milennial yang mengonsumsi media online.

Gambar 3.1.



Hasil Survei Penetrasi Milenial terhadap Sumber Informasi

Sumber: CSIS Tahun 2017

Dari beberapa pernyataan di atas dapat dilihat bahwa sebenarnya telah terjadi pergeseran media sumber informasi. Pergeseran media ini terjadi karena beberapa alasan. Perkembangan teknologi seperti internet adalah salah satu alasan utama. Kemampuan internet untuk menyebarkan berita secara cepat dan menjangkau wilayah yang luas membuatnya unggul dibanding media konvensional lain. Berita internet dapat diakses kapan saja, di mana saja, dan dapat ditentukan langsung oleh pembacanya. Berbeda dengan televisi yang harus menunggu jadwal acara, terhambat iklan, dan tidak dapat disimpan. Berbeda dengan koran yang dapat disimpan tetapi memerlukan waktu untuk memproduksi dan jangkauan yang terbatas. Berita di internet juga dapat diakses melalui berbagai bentuk konten mulai dari tulisan, gambar, suara, atau video dan dapan

simpan sesuai dan memiliki jangkauan yang sangat luas. Millennial sendiri juga lebih tertarik pada hal yang cepat dan efisien. Mereka bahkan dapat melakukan beberapa hal dalam satu waktu. Padatnya kegiatan yang mereka miliki membuat mereka memerlukan sumber informasi yang fleksibel pula agar tidak menghambat kegiatan lain yang mereka miliki.

Media online dalam berbagai *platform* menjadi solusi kebutuhan informasi yang terus terbaru, mudah, dan murah. Banyak media online memberikan berita secara gratis tanpa harus berlangganan. Selain itu media online juga dekat dengan kehidupan Generasi Milenial seperti konten berita yang ada di sosial media. Pengguna juga dapat memilih sendiri konten berita atau informasi apa yang ingin di dapat. Beberapa alasan itu lah yang mendasari pergeseran sumber informasi dari konvensional ke *online*. Meskipun terjadi pergeseran media sumber informasi mereka para informan Generasi Millennial tetap menjadikan media konvensional sebagai rujukan sumber informasi yang mereka percaya. Setelah mendapat informasi online mereka tidak langsung percaya begitu saja. Mereka akan melakukan perbandingan atas informasi yang mereka dapat dengan informasi yang berada di luar.

Para Milenial tergolong orang yang sadar akan literasi media dan menghindari berita palsu atau hoax. Hal ini dibuktikan oleh pernyataan beberapa informan yang menyadari pentingnya keabsahan sumber informasi yang mereka terima di internet. Informan Caca mengatakan bahwa sebelum dia mendiskusikan suatu berita atau informasi kepada grupnya ia berusaha memastikan kebenaran data tersebut. "Data yang valid sih, terus habis itu baru opini terus lihat opini yang ini kan biasanya ada hoax-hoax gitu ya kek lo ini tapi, kek gini kek gini terus ditunjukkan datanya kayak gitu" kata Caca. Lebih dari itu Informan Yusuf dan rekan-rekannya lebih sadar dan bahkan turut mengingatkan rekannya untuk tidak menyebarkan hoax.

“Banyak sih. Kalo kayak gitu di grup Permahi sih. Ada satu anak dia itu sering ngesend hoax-hoax. Yaudah sama temen diingetin. “Hati-hati Bro hoax. Ada Undang-Undang ITE” ya lama-lama dia sadar sendiri sih.”- Informan Yusuf, wawancara 9 Juni 2018.

Televisi dan koran adalah sumber berita yang menjadi rujukan. Hal ini dilakukan karena mereka menganggap berita yang dikeluarkan oleh institusi adalah berita yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan. Karena dalam suatu media terdapat susunan redaksi yang bertanggung jawab atas berita tersebut. Sedangkan di media online kurang jelas dan dapat dipalsukan. Sehingga marak terjadi hoax di dunia maya. Seperti Informan Vallen menceritakan pendapatnya sebagai berikut: “Mungkin koran ya (yang menjadi rujukan) , koran kan nggak mungkin hoax ya. Kalo sosial media sekarang kan banyak hoaknya. Kalo koran, masa koran hoax. Keterlalu juga.”. Melalui media pula para Millennial sudah mulai sadar akan politik. Bahkan Informan Yusuf yang telah mengelompokkan media berdasarkan afiliasi politik sang pemilik media dengan rezim yang berlaku.

“Kalo menurut saya sih Indonesia itu terbagi atas dua media. Yaitu TV One dan Metro TV. Itu dua kubu yang saling beda banget. Di satu sisi Metro TV lebih pro pada pemerintahan satu sisi TV One lebih kontra ke pemerintahan.”

Sumber informasi yang semakin beragam membuat semakin luasnya informasi yang berkembang. Jika sebelumnya publik hanya dapat memperoleh informasi dari media konvensional seperti koran, majalah, radio, dan televisi. Sekarang berkat internet mereka dapat memilih informasi dari berbagai sumber. Publik menjadi sadar akan media yang mereka konsumsi, sehingga mereka menyaring informasi yang akan mereka ingin konsumsi. Ini merupakan bentuk nyata dari *Active Audience*. Teori khalayak aktif beranggapan bahwa khalayak secara sadar aktif memaknai apa yang disajikan oleh media. Hal ini yang terjadi pada para Milenial. Mereka menjadi aktif dalam memilih informasi yang akan dan telah mereka konsumsi. Mereka dapat memilih, memaknai, dan melakukan komparasi berita dari sumber informasi yang berbeda. Tujuannya untuk memperoleh informasi berita yang benar dan memberikan gambaran akan pilihan

mereka dalam politik. Dari sumber-sumber informasi tersebut mereka dapat menilai bagaimana media menyajikan realita. Bahkan mereka dapat mengelompokkan sumber media seperti yang dilakukan oleh informan Yusuf.

Selain beragam dan kecepatan informasi yang berkembang, munculnya media sosial sebagai wadah iklan kampanye baru disebabkan oleh karakter media sosial itu sendiri. Seperti yang telah dibahas pada bab pertama, sosial media memiliki beberapa karakter yang di kemukakan oleh Mayfield (2008, hal.5). Media sosial paling baik dipahami sebagai kelompok jenis media online baru, yang memiliki sebagian besar atau semua karakteristik berikut. Pertama, *participation social media encourages contributions and feedback from everyone who is interested. It blurs the line between media and audience.* Artinya media sosial mendorong kontribusi dan umpan balik dari semua orang yang tertarik. Ini mengaburkan batas antara media dan audiens. Semua orang di media sosial dapat menyampaikan pendapatnya secara langsung tidak ada sekat pembatas antara aktor dan audiens. Berbeda dengan televisi, radio, dan koran yang audiensnya tidak dapat secara langsung memberikan pendapatnya. Karena filter yang secara strukturan dilakukan oleh susunan redaksi atau disebabkan oleh jeda waktu pengiriman pendapat tersebut. Di sosial media seorang dapat memilih apapun konten berdasarkan apa yang mereka minati. Kedua, *openness most social media services are open to feedback and participation. They encourage voting, comments and the sharing of information. There are rarely any barriers to accessing and making use of content – password-protected content is frowned on.* Artinya di media sosial memiliki keterbukaan yang sebagian besar layanan media sosial sangat terbuka untuk umpan balik dan partisipasi. Mereka mendorong pemungutan suara, komentar dan berbagi informasi. Seperti yang dijelaskan tadi jarang ada hambatan untuk mengakses dan memanfaatkan konten - konten yang dilindungi. Ketiga, *Conversation whereas traditional media is about “broadcast” (content transmitted or distributed to an audience) social media is better seen as a two-way conversation.*

Karena sifatnya yang terbuka akan umpan balik maka membuat media sosial menjadi alat komunikasi yang dua arah tidak seperti media konvensional lain. Keempat, *Community social media allows communities to form quickly and communicate effectively. Communities share common interests, such as a love of photography, a political issue or a favourite tv show.* Artinya media sosial komunitas memungkinkan komunitas untuk membentuk dengan cepat dan berkomunikasi secara efektif. Masyarakat berbagi minat yang sama, seperti kecintaan terhadap fotografi, masalah politik, atau acara tv favorit. Media sosial menunjukkan bahwa penggunaannya menjadi audiens yang aktif dalam menggunakan wadah ini. Karena mereka dapat dengan sadar dan mudah menentukan konten yang ingin mereka konsumsi. Terakhir, *Connectedness most kinds of social media thrive on their connectedness, making use of links to other sites, resources and people.* Karena sifatnya yang terbuka membuat dapat terhubung dengan sebagian besar jenis media sosial berkembang pada keterhubungannya. Media sosial memungkinkan penggunaannya memanfaatkan tautan ke situs dan sumber lain.

Sumber informasi politik yang dilakukan peneliti saat ini juga sesuai dengan beberapa poin hasil penelitian sebelumnya dalam sebuah jurnal yang ditulis Perangin-angin & Zainal (2018). Mereka menyoroati partisipasi politik pemilih pemula dalam bingkai jejaring sosial di media sosial. Dari hasil penelitian tersebut terdapat beberapa kesimpulan yang sesuai. Pertama, media sosial telah digunakan secara luas dan massif oleh generasi sekarang. Karena mereka dapat berinteraksi dan berkomunikasi secara nyaman tanpa harus memperlihatkan atribut-atribut kepribadian secara terbuka di media sosial. Hal ini sesuai dengan interaksi yang dilakukan para informan di media sosial. Mereka menjadi lebih aktif dan peduli daripada melakukan kegiatan yang dilakukan di dunia nyata. Seperti yang dikatakan oleh Informan Agnes yang bingung untuk melakukan kontribusi politik selain nanti melakukan *voting* di bilik suara.

“Bingung sih mbak kalau ditanya partisipasinya apa. Cuma kalau ngikutin ya lumayan ngikutin gitu. Cuma kalau ditanya partisipasi kayak bingung gitu, seusiaku gini ngapain ya partisipasinya, gitu sih.” Informan Agnes, wawancara 8 Juni 2018

Kedua, media sosial juga saat ini menjadi sumber rujukan berita dan informasi politik bagi mereka. Jika diperlukan, atau merasa memerlukan informasi tambahan, mereka akan mencari informasi lewat media lain. Informasi yang didapat kemudian akan didiskusikan dengan keluarga atau teman-teman sebelum mereka mengambil suatu keputusan politik. Seperti yang dilakukan oleh Informan Yusuf dan teman-temannya. Mereka sering mengangkat diskusi dari hasil temuan mereka di media sosial maupun media online. “Bisa jadi kita *screenshot* terus kita kirim di grup. Karena emang saya ada grup. Terus kalo lagi di kampus ya langsung diskusi gitu” kata Informan Yusuf.

### **3.2 Penerimaan Simbol Agama**

Penerimaan simbol agama dalam iklan kampanye politik pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018 di Instagram oleh Generasi Milenial adalah bahasan utama dari penelitian ini. Seperti yang telah dijelaskan pada BAB I yang dimaksud dengan simbol adalah segala sesuatu yang digunakan untuk menunjukkan sesuatu lainnya, berdasarkan sekelompok orang baik secara verbal atau non verbal dan ditanggap oleh komunikan sebagai stimulus melalui panca indera. Simbol verbal yang digunakan sebagai alat komunikasi yang dihasilkan oleh alat bicara, sedangkan simbol non verbal digolongkan ke dalam empat kategori (simbol yang menggunakan anggota badan, suara, simbol atau tanda yang diciptakan manusia untuk menandai waktu, dan benda-benda yang bermakna ritual). Agama adalah suatu sistem kepercayaan kepada Tuhan yang dianut sekelompok manusia dengan selalu mengadakan interaksi dengan-Nya (Bakhtiar, 2007, hal. 2). Oleh karena itu Simbol agama diartikan sebagai segala sesuatu yang digunakan untuk menunjukkan sistem kepercayaan (agama).

Sedangkan Clifford Geertz (dalam Ahadi dan Yohana, 2007) mendefinisikan agama sebagai sebuah sistem simbol yang bertujuan untuk menciptakan perasaan dan motivasi kuat, mudah menyebar, dan tidak mudah hilang dalam diri seseorang dengan cara membentuk konsepsi tentang sebuah tatanan umum eksistensi dan melekatkan konsepsi ini kepada pancaran-pancaran faktual, dan pada akhirnya perasaan dan motivasi ini akan terlihat sebagai suatu realitas yang unik. Geertz menyimpulkannya, bahwa agama menyebabkan seseorang merasakan atau melakukan sesuatu. Dalam hal ini, seseorang memperlihatkan simbol-simbol keagamaan dalam perilakunya akibat dari motivasi tertentu yang muncul dalam dirinya. Sehingga simbol agama dapat disimpulkan sebagai segala sesuatu yang digunakan untuk menunjukkan suatu agama tertentu. Dengan berbagai motivasi tergantung tujuan sang penggunanya. Simbol agama dapat digunakan sebagai aktualisasi identitas tertentu atau bisa mengarah pada hal yang lebih besar. Oleh karenanya simbol agama sering dimasukkan dalam kampanye politik. Untuk membentuk rasa memiliki dan kesamaan dengan kandidat yang membuat khalayaknya simpati dan memilih kandidat tersebut.

Agar dapat terpilih seorang calon harus memiliki legitimasi yang kuat. Subakti (2010, hal. 122) menjelaskan ada tiga cara untuk mendapatkan legitimasi yaitu secara simbolis, materil, dan prosedural. Cara simbolis adalah dengan cara memanipulasi kecenderungan moral, emosional, tradisi, kepercayaan, dan nilai-nilai budaya pada umumnya dalam bentuk simbol-simbol. Hal ini telah ditunjukkan kedua pasangan calon Gubernur Jawa Timur 2008. Mereka menggunakan tradisi, kepercayaan, dan nilai-nilai budaya yang ada di Jawa Timur guna mendapatkan dukungan. Seperti memasukkan beberapa simbol agama ke dalam iklan kampanye mereka, mengikuti beberapa kegiatan yang dapat menggugah emosional pendukung, melakukan kegiatan sowan yang telah menjadi tradisi di wilayah pesantren Jawa Timur. Tujuannya untuk menciptakan rasa keterwakilan dan rasa percaya bahwa sang calon akan dapat menjadi pemimpin yang baik sehingga dapat melindungi kepentingan dan hak-hak mereka

sebagai warga negara. Cara simbolis ini memerlukan kepekaan tinggi agar dapat mengakomodir keinginan calon pemilih sekaligus cara utama yang digunakan kedua pasang calon dalam mendapatkan dukungan.

Simbol-simbol yang digunakan pasangan calon baik secara verbal dan nonverbal juga ditangkap oleh para informan. Simbol nonverbal seperti gaya bicara dan verbal seperti bahasa yang digunakan juga memiliki nilai tersendiri. Informan Daniel menganggap bahwa gaya bicara pasangan calon juga menjadi bagian dari cara mereka mempromosikan diri dalam kampanye politik. Bahkan Ia mengkaitkannya dengan partai politik yang mendukung pasangan itu. “Aku sih ke arah promosiin pasangan calon gitu. Tapi kan, kampanye politik itu ya gaya bicara paslon sih, juga bicara partai politik juga.” Kata Daniel. Ia menganggap bahwa gaya bicara dapat menunjukkan bagaimana latar belakang calon tersebut. Termasuk bagaimana pembawaan calon dalam memimpin. Hal ini juga disepakati oleh Informan Caca yang merasakan bahwa kedua calon ini memiliki pembawaan atau cara berbicara yang kalem, lembut tidak menggebu-gebu. Namun menurutnya pembawaan Khofifah lebih tegas dibanding Gus Ipul yang dinilai lebih kalem dan merangkul. Bahkan dalam kalimatnya Caca menguatkan argumen bahwa Khofifah lebih tegas dua kali, pada awal dan akhir penjelasannya.

“Lebih, kek lebih jelas gitu, *kek* lebih tegas, kalau Gus Ipul itu kan kek bahasanya *kek* merangkul kek lebih apa ya lebih kalem pa sih, *kek* lebih kalem terus kalo Bu Khofifah itu kek lebih tegas gitu lo untuk menyampaikan-menyampaikan gitu”-Informan Caca, wawancara 9 Juni 2018

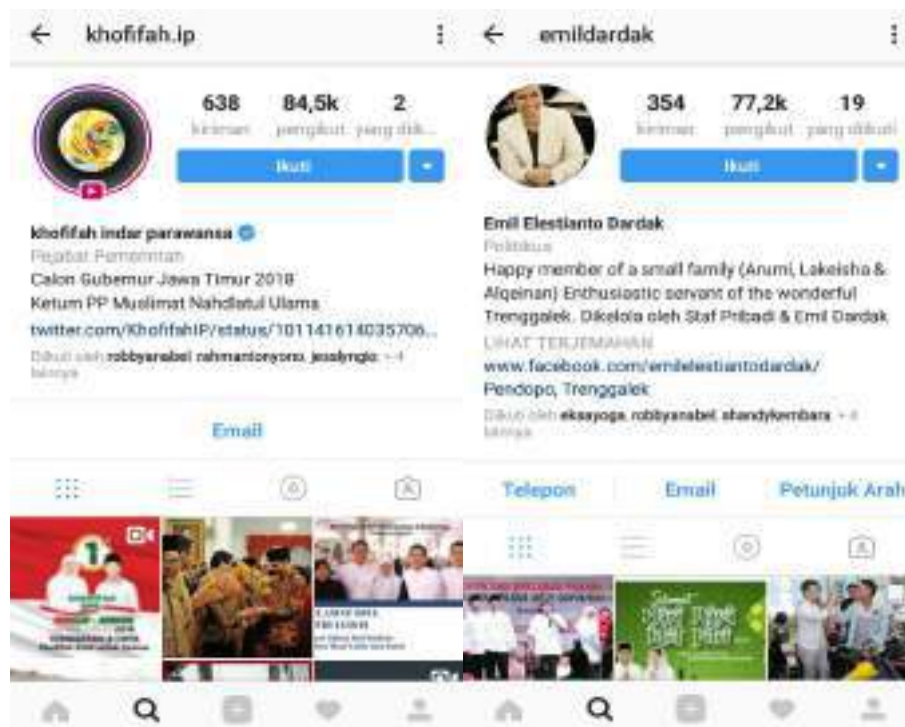


Informan Yusuf lebih dalam menganalisa pembawaan kedua Calon Gubernur Jawa Timur 2018. Menurutnya latar belakang pendidikan keagamaan yang dimiliki kedua calon tersebut juga menjadi dasar dari pembawaan diri kandidat tersebut. “Kalo saya liat sama sih, apalagi mereka basicnya dari pondok semua kan Gus ipul lulusan pondok, Bu Khofifah juga lulusan pondok. Jadi mereka bahasa yang kalem. Kalem semua menurut saya” Kata Yusuf. Ia merasa bahwa pembawaan kedua kadidat yang berasal dari pondok menjadikan mereka sosok yang kalem termasuk dalam pemilihan bahasa yang digunakan. Analisa dari informan ini logis. Kurniawan dalam penelitiannya tentang pendidikan karakter di pondok pesantren dalam menjawab krisis sosial. Menjelaskan bahwa pondok pesantren pada umumnya mempunyai beberapa nilai yang mendasari dan diterapkan dalam kehidupan santri atau biasa disebut dengan pancajiwa. Abdullah Syukri Zakarsyi (dalam Kurniawan, 2015) menjelaskan pancajiwa sebagai berikut: keikhlasan, kesederhanaan, kemandirian, ukhuwah islamiyah, dan kebebasan. Keikhlasan yang berarti bahwa perbuatan mereka tidak karena didasari keinginan untuk mendapat keuntungan tertentu. Sehingga mengetahui dan menyadari makna lillah, beramal, takwa, dan ikhlas. Kesederhanaan dalam santri tidak bermakna pasif (Bahasa Jawa: *nrimo*) dan bukan karena kemelaratan atau kemiskinan. Tetapi sederhana mengandung unsur kekuatan dan ketabahan hati, penguasaan diri dalam menghadapi perjuangan hidup dengan segala kesulitan. Maka dibalik kesederhaan itu terpancarlah jiwa besar, berani maju terus dalam menghadapi perjuangan hidup, dan pantang mundur dalam segala keadaan. Bahkan di sinilah hidup tumbuhnya mental/ karakter yang kuat, yang menjadi syarat bagi suksesnya perjuangan dalam segi kehidupan. Kemandirian berarti kesanggupan untuk dapat menolong diri sendiri atau berdikari. Ukhuwah Islamiyah yang bermakna kuatnya suasana persaudaraan akrab sehingga segala kesenangan dirasakan bersama dengan jalinan perasaan keagamaan. Dan terakhir Kebebasan, bebas dalam berpikir dan berbuat, bebas dalam menentukan masa depannya, dalam memilih jalan hidup di dalam masyarakat. Para santri di harapkan memiliki berjiwa besar dan optimis dalam menghadapi kehidupan.

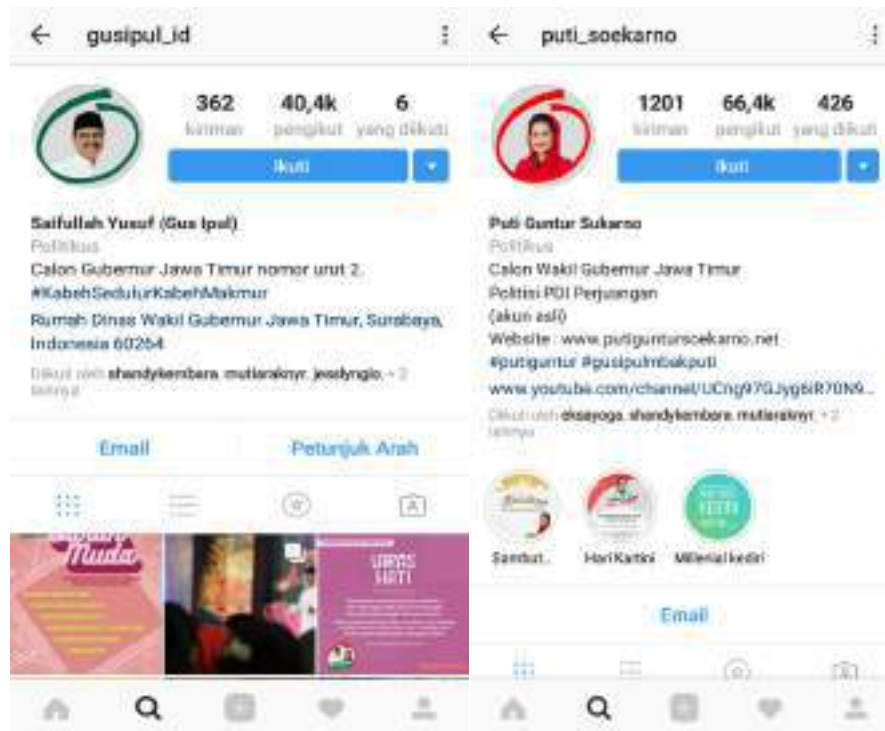
Selain itu penerimaan bahasa yang digunakan para kandidat dinilai baik. Para Informan merasa bahwa bahasa yang digunakan oleh para kandidat sudah tepat. Para kandidat menggunakan Bahasa Indonesia dan mengobinasikannya dengan bahasa daerah (Bahasa Jawa Timur). Sehingga dinilai sesuai dengan audiens yang menjadi target sarannya. “Kalo dari bahasanya sih bisa sih. Karena dia (para pasangan calon) juga mencoba membaaur dengan Jawa Timur yaitu menggunakan Bahasa Jawa “*Ojo lali Rek coblos brengos e!*”. Nah itukan udah nunjukin dia (para pasangan calon) itu udah membaaur dengan Jawa Timur”.kata Informan Yusuf. Informan Bobby juga merasa penggunaan bahasa yang dipilih sudah baik. Namun Ia memberikan catatan tentang pilihan kata yang digunakan oleh Emil Dardak. Bobby mengatakan bahwa ada beberapa kata atau bahasa yang menurutnya tingkat tinggi. Di mana diperlukan proses berpikir atau pengetahuan lebih sehingga tidak dapat dimaknai dengan mudah. Sehingga tidak semua orang dapat memahami maksud dalam perkataan Emil. Namun saat ditanya ditanya terkait kata apa yang dimaksud Bobby tidak ingat sehingga tidak dapat menjelaskan lebih detail.

“Diterima, bisa diterima ya Mbak *maksud e* bahasa-bahasa kayak gitu kan juga bahasa umum cuman kalau *ee yowes gak wes, gak wes...* Ee kalau bahasanya Emil Dardak yo agak tinggi. Mungkin masyarakat awam belum tahu... Nggak inget aku mbak, pokoknya dilihat aja nanti. Kan itu bahasa-bahasa tingkat tinggi, bahasa-bahasa anak kuliah juga . kalau aku sih tahu, tapi yang lain belum tentu kan”-Informan Bobby, wawancara 11 Juni 2018.

Simbol-simbol agama dimasukkan ke dalam instrumen kampanye para kandidat. Dalam kontestasi politik salah satu instrumen yang digunakan dalam berkampanye adalah sosial media. Di sosial media para aktor politik yang menjadi kandidat memaparkan gagasan mereka melalui kiriman mereka. Kiriman atau *posting*-an di media sosial bisa berupa foto, video, dan judul yang berisi gagasan visi-misi, janji politik, dan berbagai kegiatan kampanye yang telah mereka lakukan. Instagram merupakan salah satu sosial media yang sedang marak digemari oleh para millennial. Oleh karena itu Instagram dipilih sebagai alat yang tepat untuk mendekati para millennial. Instagram digunakan sebagai alat untuk mengenalkan para kandidat dan menarik simpati khalayak untuk memilih kandidat. Hal itu pula yang dilakukan oleh kedua pasang kandidat Pilgub Jatim 2018. Mereka juga melakukan optimalisasi terhadap konten Instagramnya untuk menarik perhatian khalayak. Berikut tampilan profil Instagram para kandidat Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Timur 2018.



Gambar 3.2.  
Gambar Profil Instagram Pasangan Calon Nomor Urut 1  
Sumber Instagram @khoffifah.ip dan @emildardak



**Gambar 3.3.**  
**Gambar Profil Instagram Pasangan Calon Nomor Urut 2**  
**Sumber: Instagram @gusipul\_id dan @puti\_soekarno**

Selain memaparkan visi dan misi dalam kiriman foto dan video di Instagram pasangan calon Gubernur Jawa Timur juga menggunakan beberapa simbol keagamaan dalam proses kampanyenya. Beberapa simbol agama ditangkap oleh para informan seperti pakakaian, ucapan hari raya, penggunaan gambar tempat beribadah, dan lainnya. Hal ini tentu ditujukan untuk menarik simpati publik agar memilihnya. Salah satu simbol agama yang paling diingat dan disebutkan para informan adalah melalui pakaiannya.

Saat ditanya simbol agama yang Ia temui saat kampanye di Instagram informan Ayu mengatakan “Eee... kalo contohnya kalo misalnya muslim mereka menggunakan baju muslim misalnya kayak apa koko terus pakai peci atau jilbab mungkin...”. Selain itu Informan Agnes juga mengatakan hal yang senada “...Mungkin yang bisa dilihat secara kasat mata itu kan kayak Islam gitu kan. Dia mungkin simbol agamanya ada yang pakai peci, pakai hijab gitu kan...”. Tak hanya mereka berdua hampir semua jawaban informan mengatkan hal yang

serupa. Maka dapat disimpulkan bahwa simbol agama yang paling disadari pertama kali secara adalah atribut yang dikenakan. Kerudung atau jilbab, peci, dan baju koko adalah tiga hal yang paling sering disebutkan. Jika diamati kedua pasangan calon memang menggunakan ketiga atribut tersebut. Atribut dianggap menjadi simbol agama tertentu, Islam.

Hal itu juga dikuatkan dengan video unggahan Calon Wakil Gubernur Jawa Timur 2018 Emil Dardak yang ditujukan untuk pasangannya Khofifah. Pada Gambar 3.4. menunjukkan cuplikan video merupakan video ucapan ulang tahun untuk Khofifah. Dalam video tersebut ditampilkan beberapa foto Khofifah saat sedang berkampanye dan diakhirnya gambar ucapan selamat ulang tahun pada Khofifah yang ke 53 tahun. Dan beberapa cuplikan gambar yang bertuliskan “Jilbab”. “Jilbab putih Khofifah Indar Parawansa”, “Jilbab jilbab lambang kesucian”, dan “Dibalik jilbabmu, ada jiwa yang takwa”. Dengan demikian kita mengetahui bahwa pasangan calon tersebut menjadikan jilbab yang dikenakan kandidat sebagai salah satu hal yang disoroti dan ditunjukkan dalam kampanye. Jilbab dianggap sebagai cerminan ketaqwaan kandidat dalam beragama.



**Gambar 3.4.**  
**Video Ucapan Ulang Tahun Khoffah oleh Emil**  
**Sumber: Instagram @emildardak**

Dalam jurnalnya Ahadi dan Yohana (2007) menjelaskan bahwa konsep hijab didasarkan pada kewajiban agama Islam. Pada kaum muslim perempuan diwajibkan menutup aurat. Aurat yang dimaksud adalah seluruh anggota tubuh kecuali muka dan telapak tangan. Aurat hanya boleh diperlihatkan kepada suami atau mahramnya (saudara atau kerabat dengan kriteria tertentu). Diimpikasikan dengan penggunaan pakaian yang menutup aurat saat berada di luar rumah. Salah satu landasan hukum hijab adalah QS An Nuur 31.

Berikut kutipan QS An Nuur 31:

“Katakanlah kepada wanita yang beriman: "Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan kemaluannya, dan janganlah mereka menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak dari padanya. Dan hendaklah mereka menutupkan kain kudung ke dadanya, dan janganlah menampakkan perhiasannya kecuali kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah suami mereka, atau putera-putera mereka, atau putera-putera suami mereka, atau saudara-saudara laki-laki mereka, atau putera-putera saudara lelaki mereka, atau putera-putera

saudara perempuan mereka, atau wanita-wanita islam, atau budak-budak yang mereka miliki, atau pelayan-pelayan laki-laki yang tidak mempunyai keinginan (terhadap wanita) atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat wanita. Dan janganlah mereka memukulkan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. Dan bertaubatlah kamu sekalian kepada Allah, hai orang-orang yang beriman supaya kamu beruntung.”

Menurut mereka tradisi berjilbab merupakan fenomena yang kaya makna dan penuh nuansa, jilbab telah menjadi semacam keyakinan dan pegangan hidup. Ia dianggap merupakan bagian dari *great tradition* yang ada dalam Islam. Namun, lebih dari itu, jilbab juga berfungsi sebagai bahasa yang menyampaikan pesan-pesan sosial dan budaya. Tradisi berjilbab pada awal kemunculannya sebenarnya merupakan penegasan dan pembentukan identitas keberagamaan seseorang. Dalam perkembangannya, pemaknaan jilbab tersebut ternyata mengalami pergeseran makna yang signifikan. Saat ini jilbab tidak hanya berfungsi sebagai simbol identitas religius, tetapi telah memasuki ranah-ranah budaya, sosial, dan politik. Oleh karena itu tidak salah jika atribut hijab yang digunakan pasangan calon dinilai sebagai simbol agama. Jika ke belakang, pasangan calon gubernur nomor dua, Puti Guntur Soekarno tidak menggunakan hijab. Namun mendekati pemilihan gubernur dia terlihat sering menggunakan penutup kepala. Bisa jadi penutup kepala ini ia gunakan sebagai salah satu simbol untuk menunjukkan sisi religiusitasnya. Motivasi penggunaan penutup kepala ini tergantung pada penggunanya. Bisa karena memang kewajiban agama atau ingin memperoleh dukungan suara. Penggunaan jilbab Puti juga dikomentari oleh informan. Mereka menganggap penggunaan kerudung Puti jika bertujuan untuk agama tidak sesuai syariat Islam.

“Ee kan kalau kerudung, ya sebenarnya sih terserah individu masing-masing ya mau makenya kayak gimana gitu. **Cuman kan kalau Bu Khofifah ya, ya udah bener sih maksudnya kerudungnya digininiin gitu lho, di apa diiket nah kayak gitu. Tapi kan kalau kayak Mbak Puti itu cuma kayak disampirkan aja.** Tapi ya sebenarnya terserah sih gitu.”-Zahra, wawancara 6 Juni 2018

“Kalo aku ngelihatnya sih **lebih ke mengislamkan diri** yaa kayak iyaa kayak menurutku sih. Soalnya kayak **Bu Puti itu kan nggak pake krudung awalnya tapi dia usaha untuk menjadi menurutku kayak apa yaa pake tudung terus kelihatan rambutnya itu tu sekalian aja kayak gitu nggak usah pake krudung nggakpapa tapi itu kan bukan berarti kamu pakai itu terus itu**

**menunjukkan bahwa kamu adalah orang yang wibawa** gitu lebih kayak gitu lebih kayak buat apa sih kayak gitu pake tudung apa itu sebenarnya mungkin itu kayak simbol sebenarnya kayak Cak Ning Cak Ning gitu yaa mungkin yaaa mungkin bisa jadi tapi aku juga nggak tau lagi. Tapi itu menurutku mengislamkan diri soalnya kayak mungkin ngelihat Bu Khofifah pake krudung jadi kayak itu ikut-ikutan untuk mengislamkan dirikan jadinya dia juga pake tudung- tudung kayak gitu” –Dinda, wawancara 22 Juni 2018

Adam (dalam Nordholt, 1997, hal. 69) Soekarno menyatakan bahwa penggunaan peci merupakan bentuk simbol nasionalis pemersatu bangsa Indonesia. Namun tidak dapat dipungkiri penggunaan peci sering diidentikkan sebagai simbol Islam. Seperti yang telah disampaikan sebelumnya Dijk dalam bukunya menjelaskan kaum laki-laki Indonesia memiliki *pars pro toto*nya sendiri. Beberapa pakaian seperti pakaian berkerah, celana panjang, sarung dan peci disebut dalam buku ini, dengan menunjukkan bahwa beberapa tokoh besar Indonesia menggunakan pakaian itu dalam dokumen kegiatan agama (seperti salat dan pernikahan). Hal ini mengalami perdebatan. Pasalnya sarung dan peci dianggap bukan simbol keagamaan tetapi simbol persatuan nasional (Nordholt, 2002, hal. 255). Tapi pada Era Orde Baru kombinasi celana panjang, jas, kemeja, tanpa dasi, dan memakai peci tidak lagi semata melambangkan semangat nasional, melainkan cenderung menandai identitas Islam (Nordholt, 2002, hal. 261). Seringnya penggunaan peci dalam kegiatan beribadah oleh masyarakat Indonesia membuat citra peci sebagai simbol keagamaan semakin kuat dan membuat para informan mengidentifikasikan peci sebagai simbol agama tertentu.

Begitu pula dengan Baju koko yang mulai marak dikenakan umat Islam Indonesia pada 1980-an. Terutama ketika Pemerintah Orde Baru mulai membuka ruang ekspresi bagi kekuatan Islam. Belakangan ada juga yang menyebut baju koko sebagai baju takwa (Liputan6.com, 20). Dalam sejumlah literatur disebutkan, baju koko merupakan hasil adopsi warga Betawi dari baju sehari-hari warga Tionghoa, yakni baju *tui-khim*. Baju koko identik dengan Islam karena dalam masyarakat penggunaan baju koko sering digunakan untuk aktivitas keagamaan. Seperti kegiatan ibadah salat dan gunakan umat muslim saat perayaan hari raya.





**Gambar 3.5.**  
**Kiriman Emil tentang Sarung dan Kopiah**  
**Sumber: Instagram @emildardak**

Emil Dardak juga pernah membagikan pengetahuannya terkait makna dan sejarah singkat atribut pakaian yang sering digunakan oleh kaum muslim. Pada Gambar 3.5. kita dapat melihat bagaimana Emil menceritakan pengalamannya mendengarkan ceramah K.H. Said Aqil Siradj, Ketua Umum Tanfidziyah PBNU. Dalam ceramahnya K.H. Said menjelaskan makna filosofis dan spritual dari sarung dan kopiah (peci). Sarung berasal dari kata “syar’an” yang berarti melaksanakan syariat Allah SWT. Namun lidah masyarakat Jawa tidak susah mengucapkan kata tersebut dan akhirnya diucapkan menjadi sarung. Begitupula dengan sebutan kopiah. Kata asli kopiah adalah “kufiah” yang berarti menyembunyikan kepala letak ilmu agar tidak sombong. Dari sini kita dapat melihat bahwa orang yang menggunakan sarung dan kopiah diharapkan dapat memiliki sifat yang sangat islami. Selain berilmu mereka yang menggunakannya tiboleh sombong dan tetap menjalankan syariat Allah SWT.

Selain penampilan luar seperti atribut pakaian simbol agama juga sering ditampilkan pada kiriman ucapan perayaan hari raya keagamaan. Kedua pasangan calon mengucapkan selamat hari raya pada umat agama yang merayakan. Selain bertujuan untuk memperingati hari besar umat yang merayakan. Ucapan hari raya keagamaan ini juga bertujuan untuk memperkenalkan para kandidat kepada publik. Melalui ucapan ini pula menandakan bahwa pasangan calon memiliki simpati dan turut peduli akan kesejahteraan antar umat beragama. Dalam ucapan hari raya kedua pasangan calon turut memasukkan beberapa simbol keagamaan seperti rumah ibadah, bentuk tulisan, dan hewan simbolik suatu agama. Seperti pada beberapa kiriman gambar berikut:

Pada laman Instagram kedua pasangan calon nomor urut satu, Khofifah Indar Parawansa dan Emil Dardak beserta tim sukses tidak banyak mengirimkan kiriman ucapan selamat hari raya. Mereka hanya mengunggah foto atau video terkait perayaan agama Islam. Seperti beberapa video terkait perayaan Bulan Ramadhan dan ucapan Hari Raya Idul Fitri 1439 H. Khofifah mengunggah foto dengan latar belakang Makkah. Makkah adalah kota tujuan umat muslim. Karena di Makkah terdapat sebuah bangunan utama yang bernama Masjidil Haram dengan Ka'bah. Tempat umat muslim beribadah umrah dan haji. Selain itu Bangunan Ka'bah juga menjadi pusat kiblat (arah) salat umat muslim di seluruh dunia. Hal ini tentu menambah citra religiusitas Khofifah sebagai kandidat dalam pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018. Dapat dilihat pada Gambar 3.6.



**Gambar 3.6.**  
Konten Instagram Ramadhan Khofifah dan Ucapan Idul Fitri  
Sumber: Instagram @khofifah.ip

Sejalan dengan Khofifah pada laman Instagram pribadinya Emil Dardak tidak banyak memberikan ucapan hari raya keagamaan. Emil juga hanya mengucapkan ucapan selamat pada perayaan agama Islam saja. Pada Gambar 3.7. terlihat bahwa Emil dan istrinya memberikan ucapan selamat menunaikan ibadah puasa dan Hari Raya Idul Fitri. Terlihat siluet gambar masjid pada kedua gambar posternya. Pada ucapan 'Marhaban Ya Ramadhan' dan 'Hari Raya Idul Fitri' menggunakan *font* (jenis huruf) dengan gaya tulisan Arab. Dengan menggunakan baju berwarna putih melambangkan kesucian. Nampak pula simbol ketupat yang identik dengan perayaan Idul Fitri atau yang lebih sering disebut dengan lebaran di tanah air. Hal ini meningkatkan rasa keislaman dalam posternya di Instagram.



**Gambar 3.7.**  
Poster Ucapan Selamat Merayakan Puasa dan Idul Fitri  
Sumber: Instagram @emildardak

Pasangan nomor urut dua Gus Ipul- Mbak Puti lebih aktif dan variatif dalam mengucapkan selamat hari raya keagamaan. Mereka turut memberikan ucapan selamat hari besar pada hampir seluruh agama yang merayakan. Pada Gambar 3.8. Dapat dilihat beberapa ucapan yang dilakukan oleh pasangan calon ini. Mereka memberikan ucapan Selamat Hari Kenaikan Isa Almasih pada umat Kristen Protestan dan Katolik, ucapan selamat merayakan Hari Raya Nyepi pada umat Hindu, ucapan selamat Hari Raya Waisak pada umat Budha, dan selamat memperingati Isra Miraj pada umat Islam. Di dalam poster tersebut mereka juga menunjukkan beberapa simbol keagamaan.



Gambar 3.8.  
Poster Ucapan Perayaan Hari Besar Keagamaan Paslon 2  
Sumber: Instagram @gusipul\_id dan @puti\_soekarno

Pada poster peringatan kenaikan Isa Almasih selain ucapan selamat merayakan juga terdapat gambar Burung Merpati. Burung Merpati merupakan salah satu hewan yang sering disebutkan dalam ajaran Kristen. Burung Merpati dalam agama Kristen memiliki beberapa makna. Menurut alkitab.sabda.org (2015) yang dikelola oleh Yayasan Lembaga Sabda (yayasan Kristen yang berfokus pada penyediaan Alkitab, alat biblika, dan sumber bahan kekristenan) makna metafora atau simile yang berarti sifat lemah lembut dan baik hati yang diberikan kepada setiap orang yang percaya dalam Kristus hal ini tertulis pada Mazmur 74:19; Yesaya 60:8; Hosea 11:11; Matius 10:16. Merpati juga di sebagai

tipe Kristus tertulis pada Imamat 12:6; 14:22; Lukas 2:24. Merpati sebagai metonimia kedukaan. Suara dekutan merpati mirip ratapan manusia yang sedang berduka tercantum pada Yesaya 38:14; Nahum 2:7. Dan terakhir Merpati dianggap sebagai simbol dari Roh Kudus. Seperti yang tertulis pada Yohanes 1:32 Dan Yohanes memberi kesaksian, katanya: "Aku telah melihat Roh turun dari langit seperti merpati, dan Ia tinggal di atas-Nya. Tidak hanya itu Covenant Protestant Reformed Church United Kingdom pada lama resminya (cprd.co.uk) juga menyatakan hal serupa. Mereka menyatakan merpati sebagai tanda dari Roh Kudus pada saat pembaptisan Tuhan Yesus karena burung merpati itu jinak (harmless) dan lugu. Burung merpati itu elok, penyayang, dan disukai (tidak seperti, katakanlah, burung nasar). Di sini kita bisa terpikir khususnya kepada gambaran tentang burung merpati di dalam Kidung Agung yang merepresentasikan burung-burung itu sebagai burung yang lembut, dengan bulu dan mata yang indah, dan sayang serta setia kepada pasangan mereka.

Menanggapi hal ini Informan Caca sebagai pemilih pemula generasi milenial yang beragama Kristen menyadari bahwa telah ada upaya dari calon dalam menghargai agamanya dengan memberikan ucapan peringatan hari keagamaan. Caca merasa bahwa itu kurang dapat mewakili secara keseluruhan. Caca berpendapat bahwa ucapan saja tidak cukup untuk dapat membuat Ia sebagai pemeluk agama minoritas di Jawa Timur mendapatkan perlindungan hak beragama dan penyampaian pendapat pada para calon kandidat. Caca berharap para kandidat calon Gubernur lebih aktif dalam membuat diskusi atau kunjungan ke agama lain. Sehingga mereka dapat mengetahui kondisi nyata keberagaman yang terjadi di Jawa Timur.

“Mm menurut saya sih udah sih, udah ada ucapan kek seperti itu, tapi ucapan kek hari raya itu kurang mewakili sepenuhnya, kek jadi masih merasa diminoritaskan gitu. Kek lebih merangkul juga ke agama kek misalnya dateng bukan dateng sih kek mengajak diskusi atau apa gitu”- Kata Caca, wawancara 9 Juni 2018

Pada poster selain kalimat ucapan perayaan Nyepi juga ditampilkan gambar Pura. Pura dijadikan simbol pada perayaan agama Hindu. Pura adalah tempat sembayang umat Hindu. Pura dijadikan sebagai tempat sakral bagi para penganut agama Hindu dalam melakukan kegiatan peribadatan. Selain itu pada perayaan Nyepi para umat melakukan banyak kegiatan keagamaan yang berkaitan dengan Pura. Pada perayaan Nyepi ada serangkaian kegiatan seperti Upacara Melasti atau Mekiis, Upacara Pangrupukan, Hari Nyepi, dan Ngebak Geni. Pada Upacara Melasti para umat Hindu melakukan penyucian alat upacara dari Pura dan pribadi ke sumber air suci seperti laut, danau, atau sungai dua atau tiga hari sebelum Hari Nyepi. Tujuannya untuk mensucikan dari kecemaran atau *kelelahan* (kekotoran). Pangrupukan atau upacara tawur kesanga atau tawur agung adalah upacara yang dilakukan sehari sebelum Nyepi. Upacara ini upacara yang dipersembahkan kepada Bhuta Kala. Pada upacara ini sering diadakan pawai Ogoh-Ogoh, bentuk simbolis Bhuta Kala. Pada malam harinya Ogoh-ogoh kemudian dibakar untuk menyambut Tahun Baru Caka. Pembakaran ini juga dilakukan sebagai simbol bahwa para bhuta kala telah dikembalikan ke tempatnya masing-masing. Dan dilanjutkan Nyepi. Para umat Hindu tidak melakukan aktivitas apapun. Seperti tidak makan dan minum, tidak bekerja, tidak menyalakan api, dan tidak menghibur diri selama satu hari. Tujuannya untuk melakukan pemusatan pikiran ke hadapan Tuhan. Banyak juga umat Hindu melakukan kegiatan Nyepi di Pura. Dan terakhir Ngembak Geni, umat Hindu saling mengunjungi keluarga dan rekan untuk saling memaafkan kesalahan yang terjadi sebelumnya (Suwena, 2017).

Pada poster ucapan peringatan Waisak pasangan nomor dua menampilkan Candi Budhur termasuk beberapa simbol agama Budha seperti rupang Budha dan stupa. Menurut Budha Sasana (2018) Rupang atau Patung Buddha dapat terbuat dari kayu, batu, gips, perunggu, perak, ataupun emas. Berfungsi dan bermakna sebagai bentuk mengenang dan menghormati jasa-jasa Buddha. Selain itu juga sebagai objek yang dapat digunakan sebagai pemusatan pikiran dalam bermeditasi. Stupa atau pagoda adalah bangunan yang berbentuk seperti genta.

Memiliki fungsi untuk menempatkan benda-benda peninggalan dari orang-orang suci yang telah meninggal dunia. Selain itu juga bermakna sebagai tempat penghormatan kepada orang-orang suci yang telah meninggal dunia itu. Harianto (2018) menjelaskan sejarah Candi Borobudur telah menjadi simbol kebesaran para pendirinya, yaitu raja-raja Syailendra 775-850 M yang menganut paham Budha Mahayana. Dalam buku Candi, Fungsi dan Pengertiannya, dinyatakan bahwa candi merupakan sebuah kuil. Candi Borobudur juga dijadikan tempat sakral termasuk sebagai tempat untuk memperingati Waisak oleh seluruh umat Budha Indonesia. Selain itu mereka juga mencantumkan kutipan ajaran agama Budha “Sabbe satta bhavantu sukhitatta” yang berarti semoga semua makhluk berbahagia.

Ucapan perayaan keagamaan Budha dianggap wajar oleh Informan Agnes. Ia sebagai pemeluk agama Budha merasa ucapan peringatan keagamaan yang dilakukan oleh para calon adalah hal yang biasa dan sesuai konteks. Ia cukup merasa terwakili dengan adanya ucapan tersebut. Ia juga tidak masalah dengan Gambar Patung Budha dan latar belakang Candi Borobudur yang digunakan pasangan calon dalam ucapannya. Ia menyadari betul bahwa Patung Budha, Candi Borobudur, dan Waisak adalah tiga elemen yang saling berkaitan dan dikenal masyarakat. Namun sama halnya dengan Informan Caca Ia berharap lebih. Ia memaknai peringatan Waisak secara khusus sebagai sebuah perayaan. Di mana dalam perayaan itu terdapat acara dan kegiatan yang berlangsung. Ia juga bercerita bahwa di daerahnya setiap Waisak mereka melakukan suatu kegiatan yang melibatkan warga sekitar. Ia mengharapkan pasangan calon untuk menghadiri acara mereka sebagai tanda solidaritas. Ia menjelaskan bahwa dengan adanya mereka para calon kandidat sebagai tokoh masyarakat membuat mereka sebagai umat Budha yang sedang merayakan hari raya merasa senang dan dihargai keberadaannya.

“Mmm... gimana ya kalau misalnya dari segi umum itu mungkin udah terwakilkan. Karena apa ya? Kan itu kondisional sih, maksudnya kalau pas lagi Waisak ya waisak, lagi Idul Fitri ya Idul Fitri. Cuma dari segi khususnya lagi kan biasanya kita kalau Waisak itu ada perayaannya. Nah kadang kalau di daerah,

daerahku dulu pengalaman itu kita pasti ngadain sesuatu kegiatan yang melibatkan warga sekitar, maksudnya apa ya eee... acara untuk rasa solidaritas kita untuk yang lain gitu itu ya mengharap kedatangannya aja sih. Jadi kita biar ngerasa diakuin juga kan, kalau ada tokoh pemerintah disitu kita kan istilahnya seneng gitu loh, gitu aja sih..."- Agnes, wawancara Juni 8 2018

Dan terakhir pada ucapan Isra Miraj mereka menggunakan gambar Masjid. Masjid mempunyai makna yang penting dalam kebudayaan dan peradaban Islam. Masjid memiliki arti lebih besar dari simbol kebesaran Islam. Masjid juga menjadi simbol harmoni kehidupan manusia dengan alam lingkungan. Masjid adalah simbol syi'ar Islam dan sekaligus sebagai pusat kegiatan keagamaan. Berdasarkan sejarahnya masjid di Indonesia mempunyai peran besar dalam kemajuan peradaban umat. Masjid menjadi penopang utama kemajuan peradaban. Pada awal masuknya Islam, penyebaran ajaran Muhammad saw dilakukan para ulama dan para wali tidak lepas dari peran masjid. Masjid pada saat itu dijadikan sebagai pusat bertemunya para ulama dan wali untuk merancang strategi dakwah yang relevan dengan kebudayaan masyarakat (Hasim, 2011). Mereka juga menuliskan ucapan selamat dengan menggunakan gaya karakter huruf bernuansa Arab yang menjadikan ucapan ini terasa sangat Islami.

Masuknya simbol-simbol agama dalam ucapan perayaan ke agamaan ini juga disadari oleh para informan. Mereka menyadari simbol-simbol agama yang digunakan tergantung pada perayaan agama yang sedang berlangsung. Mereka merasa itu adalah hal yang wajar karena sesuai konteks waktunya. Mereka juga merasa bahwa itu bentuk rasa toleransi atau menghargai dari calon pasangan terhadap umat agama lain yang sedang memperingati hari besar agama mereka. Salah satu informan yang menangkap simbol agama dalam ucapan adalah Agnes. Ia memberikan contoh saat perayaan Waisak 2018 yang dianggap identik dengan Candi Borobudhur dan pada salah satu postingan pasangan calon juga menunjukkan hal tersebut. "...Waisak itu kalau di Indonesia kan pasti identik sama Borobudur. Jadi ya itu *backgroundnya* pakai (gambar Candi Borobudhur dan Patung Budha)... kan itu kondisional sih, maksudnya kalau pas lagi Waisak ya Waisak, lagi Idul Fitri ya Idul Fitri...." Kata Agnes pada wawancara 8 Juni 2018.



Selain itu simbol agama yang juga sering digunakan adalah latar belakang para calon. Latar belakang para calon berupa latar belakang keluarga, pendidikan, organisasi keagamaan, dan partai mereka juga ditampilkan dalam iklan kampanye politik mereka. Seperti yang tertulis pada Gambar 3.9. dikatakan bahwa Emil merupakan cucu dari H. Mochammad Dardak. H. Mochammad Dardak merupakan seorang Kiai NU dan Imam Besar Masjid Kota Trenggalek. Hal ini jelas menunjukkan identitas keislamannya. Selain itu dalam poster tersebut menjelaskan tentang profil Emil Dardak seperti prestasi yang telah dia raih. Disebutkan bahwa Emil pernah meraih penghargaan *Regional Marketer Award* (RMA) , menjadi Wakil Presiden Asosiasi Pemda Se-Asia Pasifik, dan mendapatkan penghargaan *Entrepreneur Award* dalam upaya pengentasan kemiskinan, melalui “Gerakan Tengok Bawah Masalah Kemiskinan dan Kerentanan”. Bahkan dalam poster tersebut juga menjelaskan tentang profil istri dan kedua anaknya.



**Gambar 3.9.**  
**Poster Profil Emil Dardak**  
**Sumber: Khofifahemil.id**

Begitu pula dengan pasangan calon Gubernur Jawa Timur nomor urut 2. Gus Ipul dan Mbak Puti juga memasukkan simbol agama dengan menampilkan lambang organisasi keagamaannya yaitu lambang NU dan garis keturunan pada posternya. Pada Gambar 3.10. dapat dilihat bahwa Gus Ipul memasukkan gambar kakek buyutnya KH. Bisri Syansuri ke dalam poster iklan kampanyenya. KH. Bisri Syansuri merupakan salah satu tokoh pendiri dari Nahdlatul Ulama (NU) salah satu organisasi Islam terbesar di Indonesia. Pada poster Gus Ipul-Puti kedua sosok tokoh pembangun bangsa yang memiliki hubungan kekerabatan digambarkan dengan warna hitam dan putih dominasi abu-abu. Sedangkan pada gambar mereka digambarkan dengan warna. Abu-abu diasosiasikan dengan netral. Abu-abu bermakna seimbang, keamanan, masuk akal, klasik, sederhana, dewasa, intelek, keadilan, dan tua (lampau). Sedangkan gambar berwarna dapat diartikan sebagai masa kini. Tidak dapat dipungkiri dalam desain warna merupakan salah satu faktor penting yang tidak dapat diacuhkan. Karena warna dapat memberikan mempengaruhi penerimaan makna pada orang yang melihat.



**Gambar 3.10.**  
**Poster Pasangan Nomor Urut 2**  
**Sumber: Instagram @Jatim Sedulur**

Monica (2011) mengkaji efek warna dalam dunia desain dan periklanan menurutnya warna meningkatkan pengenalan merk sampai 80%. Iklan yang berwarna akan lebih sering dibaca hingga 42% warna dapat meningkatkan pembaca hingga 40%. Warna dapat meningkatkan pembelajaran dari 55% sampai 78%. Warna dapat meningkatkan pemahaman sebesar 73%. 73% dari keputusan pembelian dibuat pada saat berada di toko. Maka dari itu, efektifitas warna sangat berperan untuk menarik minat audiens dalam menentukan pilihan. Terakhir penelitiannya mengatakan bahwa gambar berwarna dapat menarik perhatian seseorang selama dua detik atau lebih, sedangkan gambar hitam putih hanya dapat menarik perhatian seseorang selama kurang dari dua detik. Tak hanya di sosial media poster tersebut juga pernah dipasang di pinggiran jalan Jawa Timur. Salah satunya di dekat Kebun Binatang Surabaya. Tentu mereka berharap dapat mendapat tambahan suara.



**Gambar 3.11.**  
**Gambar Salah Satu Konten Video Ramadhan Khofifah**  
**Sumber: Instagram @Khofifah.ip**

Gambar 3.11. menunjukkan salah satu unggahan video Khofifah di Instagram. Khofifah dalam akun pribadinya juga mengunggah beberapa konten video selama Bulan Ramadhan. Bulan Ramadhan adalah bulan perayaan ibadah puasa bagi umat Islam. Pada tahun 2018 peringatan Bulan Ramadhan betepatan dengan masa kampanye pemilihan Gubernur Jawa Timur. Khofifah membuat beberapa rangkaian kiriman video yang berjudul “Berkah Ramadhan” jika pada #KhofifahVLOG (konten video Khofifah yang lain) menampilkan kegiatan Khofifah. Pada kiriman video Berkah Ramadhan ini berisi catatan perjalanan Khofifah selama umrah di Tanah Suci Mekkah dan Madinah. Segala informasi seputar jejak-jejak sejarah peradaban Islam diulas dalam format video pendek. Dalam beberapa videonya Khofifah juga memasukkan lambang organisasi NU. Ia juga memasukkan jabatannya dalam organisasi tersebut Yaitu Ketua Umum PP Muslimat NU.

Latar belakang organisasi kedua calon gubernur ini juga ditangkap oleh Informan Yusuf sebagai salah satu simbol agama. Ia mengetahui bahwa kedua kandidat berasal dari latar belakang organisasi agama yang sama yaitu berasal dari NU dengan posisi jabatan yang tinggi. Menurutnya jabatan kedua pasang calon di organisasi agama tersebut menjadi hal yang ditonjolkan karena mayoritas konsituennya beragama Islam. Selain itu Yusuf juga menggaris bawahi tentang atribut penampilan yang dikenakan kandidat. Beberapa atribut penampilan seperti peci, sorban, Ia anggap identik dengan Islam sering digunakan para kandidat. Bahkan Ia menganggap kandidat yang mengenakan atribut tersebut berperilaku seakan dirinya adalah ulama atau orang yang memiliki nilai dan pengetahuan agama yang lebih tinggi dari orang lain. Dari penggunaan atribut ini peneliti dapat melihat upaya dari kandidat untuk melakukan transfer nilai keislaman ke dalam diri kandidat tersebut agar dianggap lebih Islami.

Meski demikian Yusuf merasa hal itu kurang tepat karena menurutnya penduduk Jawa Timur tidak hanya terdiri dari orang yang beragama Islam. Yusuf mengharapkan kandidat dapat bersikap lebih netral dalam menampilkan identitas keagamaan dalam iklan kampanye politiknya. Ia berharap kandidat memiliki nilai jual lebih dari pada sekedar agama karena nantinya kandidat tidak hanya memimpin umat muslim yang ada di Jawa Timur namun Jawa Timur secara keseluruhan tanpa melihat perbedaan agama.

“Biasanya sekarang simbol agama tuh begini. Contohnya di gubernur ya. Contohnya kayak Gus Ipul, **Gus ipul tokoh NU kan jadi dia mengatasnamakan NU nah itu udah jadi simbol agama.** Jadi udah menarik perhatian. Padahal **orang Jawa Timur itu bukan hanya orang muslim** juga banyak agama lain. Jadi seharusnya lebih netral lebih ke semuanya. Jangan hanya menonjolkan satu agama aja. Karena dia juga memimpin seluruh Jawa Timur bukan hanya muslim doang gitu... Ada sih. Dari pakaian biasanya. **Kek pake peci, pake sorban, jalan sambil seakan-akan dia itu ulama** gitu”- Yusuf, wawancara 11 Juni 2018

Selain memasukan latar belakang kedua pasangan calon juga melakukan beberapa kegiatan yang mereka kirimkan di Instagram mereka. Beberapa kegiatan yang mereka lakukan selain orasi kampanye terbuka mereka juga melakukan sowan, ziarah, mengunjungi pesantren dan beberapa panti asuhan adalah hal yang menarik perhatian para Generasi Milenial. Mereka menganggap kegiatan kunjungan mereka ke tempat yang erat akan unsur keagamaan itu turut mencerminkan akhlak atau tingkat religiusitas calon kandidat. Informan Daniel mengatakan “Kalo itu (mengunjungi pesantren) ya cukup menarik juga sih. Soalnya kan itu juga menunjukkan bahwa dia (para calon) itu kaya taat beragama juga.”. Bukan hanya Daniel, Informan Bintoro juga mengatakan hal yang serupa.

“Sebenarnya menarik sih (kegiatan kunjungan para calon kandidat), soalnya **lebih dekat dengan agamanya kan mungkin akan lebih baik akhlaknya.** Mungkin nggak akan ada... kayak sekarang kan marak kasus-kasus yang kayak **korupsi, agak takutlah mungkin kalo dia lebih dekat dengan agama.**” – Bintoro, wawancara 22 Juni 2018.

Informan Bintoro kepada peneliti menyatakan hipotesis dan penalarannya. Hipotesis berdasarkan KBBI (kbbi.kemdikbud.go.id, 2019) berarti sesuatu yang dianggap benar untuk alasan atau pengutaraan pendapat (teori, proposisi, dan sebagainya) meskipun kebenarannya masih harus dibuktikan; anggapan dasar. Hipotesis Menurut Adib (2010, hal 100) ialah pernyataan sementara tentang hubungan antar variabel. Seperti penjelasan di KBBI menurut Adib hipotesis biasanya diajukan dalam bentuk pernyataan “jika” “maka”. Dari pernyataan Bintoro dapat ditarik hipotesis sebagai berikut: *jika* seorang kandidat dekat dengan agama, *maka* akhlaknya baik. Akhlak menurut Zaqy (dalam, Muttaqin 2014 hal.44) berarti budi pekerti, kelakuan, perangai, tabiat, kebiasaan, bahkan agama. Akhlak juga dapat diartikan sebagai bentuk implementasi iman dalam segala bentuk perilaku.

Dari hipotesis tersebut Bintoro dengan menggunakan logika yang sederhana telah melakukan penalaran tidak langsung. Berdasarkan kutipan di atas penalaran Bintoro dapat dianalisis sebagai berikut: Menurutnya kandidat yang melakukan kegiatan kunjungan terkait agamaan berarti lebih dekat dengan agama. Kandidat yang lebih dekat dengan agama berarti lebih baik akhlaknya. Jadi orang yang melakukan kegiatan kunjungan terkait agamaan berarti berarti lebih baik akhlaknya. Tidak hanya itu lebih jauh Bintoro juga berpendapat bahwa kedekatan calon dengan agama juga akan mempengaruhi sikap calon dalam memimpin termasuk tidak melakukan tindakan penyalahgunaan wewenang (korupsi).

Logika pemikiran Bintoro ini didasari oleh pengalaman dan pengetahuan yang dia peroleh sebelumnya. Stereotipe tentang orang yang dianggap religus serta fakta sosial tentang pemuka agama yang sering melakukan kegiatan keagamaan dan dianggap memiliki nilai dan moralitas lebih tinggi oleh masyarakat tentang menjadi faktor yang mendasari pendapat dan pandangannya. Selain itu pemikirannya juga didukung oleh ajaran yang dipercaya dalam agamanya (Islam). Dalam Islam seorang pemimpin yang baik ialah pemimpin yang berakhlak baik seperti menjalankan amanat, jujur, adil, muswarah, dan menjadi teladan seperti

yang tertulis dalam Al-Quran. Salah satu ayat yang mendukung pendapat Bintoro adalah QS Al-Anbiyah Ayat 73 yang menjelaskan pemimpin ideal dalam Islam.

Berikut kutipan QS Al-Anbiyah 73:

"Kami telah menjadikan mereka itu sebagai pemimpin-pemimpin yang memberi petunjuk dengan perintah Kami dan telah Kami wahyukan kepada, mereka mengerjakan kebajikan, mendirikan sembahyang, menunaikan zakat, dan hanya kepada Kamilah mereka selalu menyembah."

Salah satu kegiatan yang sering ditampilkan adalah sowan. Istilah sowan berasal dari kata dalam bahasa Jawa yang berarti menghadap atau berkunjung pada orang yang lebih tua atau dirasa harus dihormati. Menurut Ubudiyah (dalam Zuliansyah,2015) sowan dalam budaya Islam berarti sebuah tradisi santri berkunjung pada kiai atau gurunya dengan harapan untuk mendapatkan petunjuk atas sebuah permasalahan yang dihadapi atau mengharapkan doa dari kiai atau hanya sekedar bertatap muka saja untuk silaturahmi. Sowan telah menjadi salah satu bentuk komunikasi politik yang penuh dengan nilai dan norma spiritual terutama di Jawa Timur. Nilai dan norma yang ada dalam budaya masyarakat Islam-Jawa Timur pada akhirnya digunakan oleh para aktor politik untuk mendapat dukungan dan kepercayaan masyarakatnya. Sowan bahkan telah menjadi sebuah tradisi yang dilakukan para aktor politik saat pemilu. Faktor budaya yang diyakini dan proses komunikasi politik juga mempengaruhi perilaku politik. Sosok dan nilai seorang kiai memiliki dampak besar bagi masyarakat yang mengikutinya. Muhammad Alfien Zuliansyah di tahun 2015 melakukan penelitian terkait budaya sowan kiai, sebuah strategi dalam komunikasi politik. Ia mengambil contoh kasus komunikasi politik calon legislatif di Jawa Timur. Dari hasil penelitiannya Zuliansyah menghasilkan dua asumsi tentang konsep Sowan Kiai menjelang Pemilu. Pertama menurutnya dalam konteks melakukan komunikasi politik dalam rangka meminta dukungan masih terdapat hubungan spiritual. Kedua adanya dimensi hubungan asimetris di antara seseorang dengan kiai yang memiliki ilmu spiritual lebih, hal ini kemudian memunculkan simbol-simbol tertentu dalam perilaku Sowan Kiai menjelang Pemilu (Zuliansyah,2015).

Berikut ini adalah beberapa cuplikan gambar kegiatan sowan para kandidat Pilgub Jatim 2018 di Instagram:



**Gambar 3.12.**  
Salah Satu kegiatan Sowan Emil Dardak  
Sumber: Instagram @emildardak

Pada Gambar 3.12. nampak Emil sedang memayungi K.H. Zaenudin menunjukkan betapa hormat Emil terhadap sosok kiai. Tak hanya itu dalam kolom *caption* atau judul Ia menuliskan kekaguman dan rasa hormatnya. Menurutnya rasa hormat dan kemuliaan utama itu terhadap orang tua, kemudian untuk para sesepuh, guru, kiai, dan ulama. Menurutnya ketakziman seseorang kepada orang-orang tadi akan membawa manusia pada pintu keberkahan dan ridha Allah SWT. Ia juga menceritakan latar belakang K.H. Zaenudin yang juga merupakan keturunan K.H. Faturrahman seperti Emil. K.H. Faturrahman adalah kiai kharismatik dari Dusun Polen, Nganjuk. Dalam foto tersebut menceritakan mereka yang akan mereka yang berjalan menuju makam dan surau (masjid) peninggalan K.H. Faturrahman.





**Gambar 3.13**  
**Kegiatan Sowan Pasangan Nomor Urut 2**  
**Sumber: Instagram @gusipul\_id dan @puti\_soekarno**

Begitu pula dengan lawannya pasangan Gus Ipul – Mbak Puti Mereka melakukan sowan keberbagai wilayah di Jawa Timur. Dalam Gambar 3.13. (kiri) terlihat kiriman gambar yang menunjukkan Gus Ipul berlutut saat bertemu dengan K.H. R. Imron Syahrudin. K.H. R. Imron ialah veteran pejuang dan pengasuh Pesantren Nurul Huda, Sumenep yang telah berusia 96 tahun. Pada foto terlihat bahwa Gus Ipul menadahkan tangan seperti sedang berdoa. Dalam judulnya Gus Ipul juga menjelaskan bahwa pada saat itu Ia sedang melakukan sowan pondok pesantren dan telah didoakan proses kemenangannya dalam kegiatan sowan tersebut. Serupa dengan pasangannya Puti juga melakukan kegiatan sowan kepada S alahuddin Wahid. Gus Sholah adalah adik kandung dari mantan Presiden Abdurrahman Wahid (Gus Dur) sekaligus keturunan dari pendiri Nahdlatul Ulama (NU), K.H. Hasyim Asy'ari. Dalam keterangan foto juga disebutkan sowan yang dilakukannya seperti 'pertemuan keluarga sendiri' yang sekaan menunjukkan sikap menerima dan memiliki kedekatan secara pribadi.



**Gambar 3.14.**  
**Kegiatan Ziarah Khofifah (kiri) dan Puti (kanan)**

**Sumber: Instagram @khofifah.ip dan @puti\_soekarno**

Selain melakukan sowan kedua pasangan calon juga melakukan ziarah pada beberapa makam leluhur dan ulama besar di berbagai daerah di Jawa Timur. Seperti yang terlihat pada gambar 3.14. (kiri) Khofifah bersama tokoh masyarakat perempuan menghadiri Haul Agung Sunan Ampel ke-569 sekaligus ziarah ke makam Sunan Ampel. Khofifah mengatakan pada keterangan foto bahwa kegiatan ziarah ini memberikan proses rohaniyah pada dirinya yang telah menjadi kebutuhan spiritual agar selalu bersambung dengan para Wali Songo. Wali Songo adalah merupakan penyebar agama Islam di Pulau Jawa. Sunan Ampel merupakan satu dari sembilan tokoh tersebut. Sedangkan Puti Soekarno (Gambar 3.14. kanan) melakukan ziarah ke makam K.H. Hasyim Asy'ari tokoh pendiri Nahdlatul Ulama (NU) dan K.H. Abdurrahman Wahid (GusDur) mantan presiden Republik Indonesia di kawasan Pondok Pesantren Tebuireng Jombang. Puti mengatakan bahwa Ia merasa kan energi baik para ulama tersebut dan berharap untuk selalu diberi keberkahan dalam kehidupan. Kedua pasangan calon ini berusaha menunjukkan sisi religiusitas serta rasa hormat mereka terhadap para alim ulama meskipun telah meninggal dunia.

Kunjungan para kandidat ke makam atau ziah juga ditanggapi positif. Informan Zahra berpendapat bahwa kegiatan tersebut menunjukkan rasa hormat para kandidat pada para leluhur yang telah membawa pengaruh dan kemajuan di daerah tersebut. Tidak hanya ziarah ke makam para tokoh besar agama mereka juga mengunjungi makam tokoh nasionalis yang ada di Jawa Timur. Seperti Puti yang juga melakukan ziarah ke makam kakeknya Soekarno, presiden RI pertama. Sebagai bentuk meminta restu dan dukungan dalam kontetasi di Pilgub Jatim ini. “Eem, kalau ziarah gitu ee ya menarik, menarik aja sih. Karena mungkin mereka ingin kayak menghormati ee yang leluhur-leluhur gitu”kata Zahra pada peneliti.



**Gambar 3.15.**  
Kunjungan Ponpes Khoffifah (kiri) dan Gus Ipul (kanan)  
Sumber: Instagram @khoffifah.ip dan @gusipul\_id

Terakhir mereka juga menampilkan kunjungan diberbagai kunjungan ke pondok pesantren ke penjuru daerah di Jawa Timur. Dalam kunjungannya mereka melakukan berbagai kegiatan seperti membaca dan mengkajian Al-Quran berama, ceramah, dan berbagi pengalaman. Tentu mereka berharap dari adanya kegiatan ini mereka akan mendapat tambahan dukungan suara. Dengan melakukan kunjungan ke pondok pesantren selain silaturahmi mereka juga dapat

mengenalkan diri kepada para ustaz, ustazah, dan para santri. Dengan melihat sosok calon secara langsung ditambah melihat kedekatan calon dengan ulama pemilik pesantren tentu memiliki nilai tersendiri terhadap calon tersebut. Mereka bisa jadi terpengaruh dan menaruh simpati pada calon yang mengunjungi mereka. Bisa karena kharisma calon, perasaan bangga, rasa diperatikan atau justru segan karena telah dikunjungi oleh calon tersebut. Hal ini juga disadari oleh Informan Ayu. "...Instagramnya para paslon tuh kayak sering gitu kunjungan ke daerah sini misalnya atau kunjungan ke para pemuka agama kayak gitu-gitu atau ke panti asuhan semacam itu sih" kata Ayu. Seperti pada Gambar 3.15. (kiri) dapat dilihat Khofifah sedang mengunjungi Pondok Pesantren Millinium (yang juga memiliki panti asuhan) di Sidoarjo dan di sebelah kanan terdapat gambar Gus Ipul yang melakukan kunjungan di Pondok Pesantren As-Sunniah, Jember. Kegiatan ini juga menunjukkan fokus para calon dalam memperhatikan kemajuan pondok pesantren.

Para informan sepakat bahwa dalam Kampanye politik Pemilihan Gubernur Jawa Timur ini menjurus pada satu agama tertentu yaitu Islam. Tidak hanya dikatakan oleh informan yang beragama Islam namun juga oleh informan dari agama lain. Menurut mereka pada kampanye di Pilgub Jatim 2018 ini cenderung menonjolkan agama Islam. Mereka menyadari bahwa telah ada upaya dari pasangan calon untuk menghargai umat agama lain dengan melakukan ucapan perayaan hari besar agama. Namun hal itu belum dinilai cukup untuk mewakili bentuk kepedulian mereka terhadap agama minoritas. Faktanya pada kampanye mereka lebih fokus menyerap dukungan suara dari umat Muslim. Bentuk kepedulian ini dirasa penting agar mereka merasa diakui dan dilindungi, haknya sebagai warga negara agar tidak merasa terabaikan karena minoritas.

"Mm menurut saya sih udah sih, udah ada ucapan (peringatan hari raya) kek seperti itu, tapi ucapan kek hari raya itu kurang mewakili sepenuhnya, kek jadi masih merasa diminoritaskan gitu. ...Sebenarnya sih kegiatan-kegiatannya tuh juga **terlalu Islami gitu, kek ehmm islami sih**, seharusnya tu kek apa ya lebih pekerjaan untuk menciptakan bagaimana Jatim itu harus diperbanyak dalam hanya untuk kek..."-Caca, wawancara 9 Juni 2018.

Tidak hanya para informan yang merasa fokus para kandidat hanya pada agama Islam saja. Pada salah satu kiriman foto di akun @khofifah.ip peneliti menemukan salah satu pertanyaan terkait hal serupa. Akun @alikirizalfarisy95 bertanya pada kandidat pertama mengapa mereka hanya mendatangi kiai saja dan tidak mendatangi pemuka agama lain seperti pendeta, biksu, dan lainnya. Akun tersebut menayakan terkait pluaritas negara Indonesia termasuk dalam keanekaragaman agama. Komentar tersebut dapat dilihat pada Gambar 3.16. Pendapat tersebut juga menjadi contoh bahwa karakter media sosial yang diutarakan oleh Mayfield (2008,hal.5) adalah benar. Media sosial mendorong kontribusi dari semua orang yang tertarik, sehingga membaurkan batar antara komunikator dan audiensnya. Keterbukaan layanan media sosial terbuka untuk umpan balik dan partisipasi. Mereka mendorong pemungutan suara, komentar dan berbagi informasi. Sehingga semua orang dapat ikut berpartisipasi tau sekedar berkomentar tentang apa yang diunggah orang lain. Dala hal ini *follower* atau pengikut Khofifah atau siapa saja yang berada di media sosial yang melihat kiriman Khofifah atau aktor lain dapat memberikan pendapat mereka secara langsung tanpa ada jeda atau sekat. Begitupula dengan audiens lain juga dapat langsung memberikan respon balasa atas komentar orang lain baik berupa *like* atau komentar baru.



**Gambar 3.16.**

**Komentar Warganet di Akun Khofifah**

**Sumber: Instagram @khofifah.ip**

Pendapat seperti di atas tidak sepenuhnya salah, karena tidak dapat dipungkiri bahwa mayoritas agama penduduk Jawa Timur adalah Islam.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Jawa Timur Islam adalah agama mayoritas di Jawa Timur (2017) dengan jumlah pemeluk 40.720.467 jiwa. Disusul dengan Kristen Protestan, Katolik, Hindu, Budha, dan lainnya. Angka yang cukup besar untuk dapat memenangkan pilgub. Sehingga muslim menjadi salah satu target utama dalam kemenangan ini. Salah satu cara yang dilakukan adalah mendekati pasantren dan pemuka agama yang ada. Sebagai representatif keislaman calon. Di Jawa Timur sendiri setidaknya terdapat 5.499 Pesantren yang telah tercatat di Pangkalan Data Pondok Pesantren Kementerian Agama (2018). Jumlah santri yang banyak ini dapat menjadi dukungan suara yang besar untuk memenangkan pemilihan. Maka banyak dilakukan kegiatan kunjungan ke pondok pesantren, kunjungan ke Kiai, dan kegiatan lainnya. Pesantren menjadi target kampanye karena pesantren memiliki karakternya yang kuat. Seperti penelitian yang dilakukan Ernas dan Siregar (2010) menyimpulkan bahwa pesantren memiliki peran besar dalam keputusan politik. Masyarakat Muslim tradisional selalu mendukung sikap politik yang dianut tokoh agama atau pesantren. Pesantren juga ditempatkan sebagai sumber moralitas keagamaan. Para kiai adalah panutan umat yang fatwa serta nasihatnya menjadi pegangan masyarakat. Bahkan peran kiai merupakan faktor determinan kebijakan sosial dan pengambilan keputusan-keputusan penting menyangkut keberhasilan kehidupan masyarakat. Dengan demikian, pesantren merupakan pilar bagaimana nilai-nilai moralitas dan nilai-nilai keagamaan dijalankan di tengah masyarakat.

Dengan merangkul pesantren para politisi ini akan mendapat legitimasi politik yang sering dimanifestasikan dalam bentuk restu politik pada partai atau tokoh politik tertentu yang tidak berasal dari lingkungan pesantren. Sehingga menaikkan elektabilitasnya karena telah dianggap sebagai muslim yang baik dan dekat dengan pemuka agama yang kemudian mempengaruhi jumlah dukungannya. Dengan demikian tidak heran jika politik identitas dihadirkan sebagai strategi utama untuk memenangkan pertarungan. Salah satu contoh politik identitas yang sering digunakan adalah dengan menonjolkan identitas agama. Identitas agama ini ditampilkan dalam simbol agama. Simbol – simbol agama

sengaja dimasukkan ke dalam iklan politik dengan tujuan menarik atensi dan mendapatkan simpati audiens atau calon memilih untuk pada akhirnya memilih sang calon pemimpin. Kedua pasangan calon Gubernur memiliki latar belakang agama yang sama yaitu Nahtaul Ulama (NU). Namun dalam iklan kampanye Pemilihan Gubernur Jawa Timur simbol-simbol agama juga banyak ditampilkan guna memperkuat identitas, keberpihakan, dan sikap yang ingin ditunjukkan oleh para calon seperti yang telah dijelaskan sebelumnya.

Kecenderungan ini juga disadari oleh Informan Bobby. Bobby menilai bahwa adanya politik identitas yang dibawa oleh kedua pasangan calon adalah hal yang wajar dan penting untuk dilakukan dalam pemenangan kontestasi politik. Kepada peneliti Informan Bobby mencoba menjelaskan pendapatnya terkait politik identitas berdasarkan pemahamannya. Menurutnya politik identitas adalah sebuah massa atau sebuah kesatuan memiliki satu identitas yang sama. Dan membentuk sebuah populisme. Ia menyebut populisme sebagai sebuah bentuk solidaritas. Bobby juga mencontohkan sebuah partai ini mengusung tokoh A. Kemudian identitasnya tokoh A ini akan diangkat sehingga dilihat publik. Lebih detail Ia mencontohkan sebuah partai nyata ia mengangkat partai PKB, menurutnya PKB telah memiliki basis masanya terutama di kalangan santri Jawa Timur. Ia juga menganggap kontestasi di Pilgub Jatim 2018 ini aneh (unik) karena kedua calon sama-sama berasal dari kalangan santri. Hal ini dianggap Bobby akan menjadi pertarungan yang susah. Karena mereka menjual hal yang sama. Berbeda halnya jika mereka berasal dari kalangan yang berbeda itu akan menjadi lebih mudah. Karena menurutnya tanpa memperhatikan kualitas kandidat pasti calon pemilih akan lebih mudah terpengaruh terhadap agama sebagai sebuah simbol di politik.

“...Pokoknya agama itu kalau sekarang ya, di era sekarang itu identitas dijadikan sebuah komoditaslah yang bernilai, bisa diperjual belikan. Maksudnya dengan agama itu seseorang bisa terpengaruh tanpa melihat, hampir tanpa melihat kualitas seorang pemimpin. Jadi bisa dijadikan sebuah komoditas....” Informan Bobby, wawancara 11 Juni 2018.

Pendapat Informan Bobby tersebut merupakan bentuk nyata dari interaksi yang dilakukan oleh audiens dengan teks atau tanda yang dikonsumsinya. Informan Bobby sebagai audiens melakukan proses berpikir dan pemaknaan berdasarkan pengalaman dan pengetahuan yang dia dapat sebelumnya. Ini adalah bukti bahwa khalayak atau audiens aktif dalam mengkonsumsi teks atau tanda yang disajikan oleh pembuatnya (dalam hal ini pembuat iklan kampanye politik). Seperti yang dijelaskan pada *Active Audience Theory* atau teori khalayak aktif adalah teori yang beranggapan bahwa khalayak secara sadar aktif memaknai apa yang disajikan oleh media. *Active Audience Theory* menekankan interaksi antara teks dan pembaca, dikombinasikan dengan integrasi tingkat mikro dan makro analisis, menawarkan respon terhadap serangan terhadap konsep audiens.

Saat ditanya terkait penting tidaknya memasukkan simbol agama dalam sebuah iklan kampanye politik Informan Bobby merasa itu adalah hal yang penting dan esensial dalam sebuah kontestasi politik. Informan Bobby memberi contoh bahwa sejak Era Orde Lama ada politik aliran, berdasarkan aliran agama. Seperti Partai Masyumi. Dan pada Era Orde Baru, politik aliran itu berusaha dihapuskan dan semua partai politik itu harus berlandaskan Pancasila. Namun pada praktiknya saat kampanye identitas keagamaan itu melekat pada figur tokoh dan kemudian dijual menjadi sebuah komoditas baru guna memenangkan kontestasi politik. Dan berhasil mempengaruhi sebagian masyarakat. Selain sebagai nilai jual seperti yang dikatakan oleh Informan Bobby. Informan Ayu memiliki pendapat tersendiri. Ia menganggap pemasukan unsur agama dalam sebuah iklan kampanye politik terutama untuk agama minoritas dinilai perlu sebagai penanda atas komitmen rasa toleransi yang dimiliki oleh seorang calon pemimpin. Karena tidak dapat dipungkiri seorang pemimpinlah yang akan menentukan keberlangsungan hidup masyarakatnya. Pemimpin daerah nantinya yang akan membuat dan menjalankan sebuah peraturan. Permasalahan terkait agama adalah hal sensitif dan masih menjadi permasalahan di masyarakat. Maka dari itu mereka khususnya kaum minoritas berharap sekali akan peran nyata seorang pemimpin dalam mengawal berjalannya perberdaan yang ada di daerah



tersebut. Pemimpin diharapkan dapat mengajak masyarakatnya untuk hidup toleransi dan menjamin hak-hak mereka sebagai warga negara. Ayu berharap bahwa toleransi itu tidak hanya ditampilkan dalam perayaan tapi juga kerja nyata untuk membangun masyarakatnya.

“Penting... ..Menurutku itu kayak sebagai wujud kalau mereka itu menghargai perbedaan agama yang ada di Indonesia. Cuman apa ya kalau dibidang terutama dalam kampanye partai politik kalau dibidang untuk mereka peduli itu rasanya kurang sih karena menurutku seharusnya mereka kalau memang peduli ingin menunjukkan kepada masyarakat kalau mereka peduli lebih turun ke lapangan sih, misalnya... contohnya kasus kemaren kan ada pengeboman di gereja itu mereka lebih kayak turut serta gitu entah dalam memperbaiki gereja yang sudah rusak atau mungkin memberikan santunan kepada para korban kayak gitu sih, nggak cuman ngucapin selamat hari raya itu aku nggak setuju”-Informan Ayu, wawancara 8 Juni 2018

Dan sebagian dari mereka merasa simbol agama tidak sepatutnya dimasukkan dalam politik. Mereka beranggapan politik dan agama adalah dua hal yang berbeda dan tidak semestinya disatukan. Mereka menganggap agama adalah suatu hal sakral yang bersifat pribadi. Sedangkan politik adalah hal universal yang berkaitan dengan kebijakan, demokrasi, dan negara. Menurut mereka suatu hal yang bersifat luas dan berdampak besar bagi kehidupan seluruh masyarakat tidak sepatutnya ditentukan berdasarkan suatu hal yang bersifat sangat personal seperti agama. Informan Vallen juga berpendapat tidak adil jika seorang pemimpin dinilai dari agamanya Ia lebih mementingkan kinerja dari calon tersebut. “...Pemimpin di peraturan itu kan gak ada ketentuan kita memimpin dari agama apa, jadi agak kurang masuk akal juga kalo kita memasalahkan dari sisi agama...” kata Vallen. Mereka lebih setuju jika para kandidat lebih mengutamakan atau menjual hal dari diri mereka selain agama. Namun mereka juga menyadari bahwa realitasnya sekarang di masyarakat kita agama dalam kontestasi politik dimanfaatkan sedemikian rupa untuk mendapatkan dukungan. Seperti pendapat Informan Yusuf berikut ini:

“Karena sekarang sudah banyak yang main agama, **simbol agama tuh cuma sebagai kedok aja sih.** Jadi mereka mengatasnamakan agama bilang “Kalau saya terpilih ntar saya akan membangun masjid, saya akan mempermudah dalam pengurusan izin untuk misal ada gereja, budha, hindu. Dan kesannya tuh kayak

menarik para-para penganut agama tertentu untuk mendukung mereka. Nah itu sangat disayangkan sih. **Dalam etika berpolitik tuh gak boleh... Simbol agama nggak harus ada karena kita hidup di negara demokrasi kan nggak memandang agamanya apa sih.** Jadi kita itu Indonesia, Bhinneka Tunggal Ika negara kita tanpa bentuk agama jadi yaudah kita saling merangkul semua agama kita saling sayang semuanya nggak ada saling menyakiti... **Simbol agama nggak penting dalam berpolitik.”**-Informan Yusuf, wawancara 9 Juni 2018.

Pendapat Yusuf tentang simbol agama ini membuktikan bahwa tanda atau teks yang ditampilkan memiliki peluang untuk dapat diinterpretasikan atau dimaknai oleh audiensnya. David Morley (1993) mengatakan bahwa Ia sepakat dengan Evans yang mengkarakterisasi kajian media secara luas menjadi dua asumsi: (a) bahwa audiens selalu aktif (dalam pengertian non-trivial), dan (b) bahwa konten media selalu polisemik, atau terbuka untuk interpretasi. Pendapat dan ketidaksetujuan Informan Yusuf dengan adanya simbol agama yang dimasukkan dalam iklan kampanye politik di atas menunjukkan bahwa Yusuf sebagai audiens bersikap aktif dalam mengonsumsi tanda atau teks yang disajikan. Ia melakukan proses pemaknaan dan aktif memilah informasi yang Ia konsumsi berdasarkan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki.

Simbol agama dalam iklan kampanye politik dianggap penting bagi Informan Bintoro. Menurutnya simbol agama yang ditampilkan akan memberikan informasi terkait agama dari calon pemimpin. Dari agama calon pemimpin ini nantinya akan melihat kecenderungan agama yang akan lebih diprioritaskan. Lebih jauh Bintoro merasa mengetahui agama pemimpin adalah hal yang penting untuk diketahui. Ia mengatakan bahwa sebisa mungkin pemimpin harus memiliki kepercayaan yang sama dengan dirinya. dalam agama yang dianutnya (Islam) agar sejalan. Sejalan yang dimaksud dalam hal ini adalah sejalan secara kepercayaan, sehingga peraturan dan kebijakan yang diambil tidak bertolak belakang dengan agama yang dianut. Bintoro juga menceritakan bahwa Ia pernah mendengar bahwa dalam ajaran agamanya seorang muslim harus memilih pemimpin yang memiliki keyakinan yang sama yaitu Islam. Namun saat ditanya ayat, hadist, atau dalil apa yang digunakan untuk memperkuat argumennya Bintoro tidak bisa menjelaskan. Dia hanya menceritakan bahwa Ia mendengar dari orang lain.

“Menurut saya sih penting ya (agama pemimpin) , soalnya kan saya menganut agama ini jadi pemimpin juga harus ikut ini, maksudnya pemimpin kalo bisa sama seperti saya lah. Sayakan Islam berarti pemimpinnya ya sebisa mungkin islamlah, biar sama-sama sejalan, gitu sih....Ya kalo dalil atau ayat sih kurang tahu, cuman pernah denger kalo pemimpin itu bagi orang Islam wajib muslim lah. Ada kok, ada yang pernah bilang ada dalilnya cuman saya kurang tahu ya dalilnya bunyinya kayak apa. Pokoknya intinya ada yang pernah bilang pemimpin itu harus Islam soalnya ada sunah nabi atau apalah gitu, ada yang pernah bilang begitu sih.”

Hal ini berbanding terbalik dengan pendapat Informan Bintoro. Simbol agama dalam iklan kampanye politik dianggap penting bagi Informan Bintoro. Menurutnya simbol agama yang ditampilkan akan memberikan informasi terkait agama dari calon pemimpin. Dari agama calon pemimpin ini nantinya akan melihat kecenderungan agama yang akan lebih diprioritaskan. Lebih jauh Bintoro merasa mengetahui agama pemimpin adalah hal yang penting untuk diketahui. Ia mengatakan bahwa sebisa mungkin pemimpin harus memiliki kepercayaan yang sama dengan dirinya. dalam agama yang dianutnya (Islam) agar sejalan. Sejalan yang dimaksud dalam hal ini adalah sejalan secara kepercayaan, sehingga peraturan dan kebijakan yang diambil tidak bertolak belakang dengan agama yang dianut. Bintoro juga menceritakan bahwa Ia pernah mendengar bahwa dalam ajaran agamanya seorang muslim harus memilih pemimpin yang memiliki keyakinan yang sama yaitu Islam. Namun saat ditanya ayat, hadist, atau dalil apa yang digunakan untuk memperkuat argumennya Bintoro tidak bisa menjelaskan. Dia hanya menceritakan bahwa Ia mendengar dari orang lain.

“Menurut saya sih penting ya (agama pemimpin) , soalnya kan saya menganut agama ini jadi pemimpin juga harus ikut ini, maksudnya pemimpin kalo bisa sama seperti saya lah. Sayakan Islam berarti pemimpinnya ya sebisa mungkin islamlah, biar sama-sama sejalan, gitu sih....Ya kalo dalil atau ayat sih kurang tahu, cuman pernah denger kalo pemimpin itu bagi orang Islam wajib muslim lah. Ada kok, ada yang pernah bilang ada dalilnya cuman saya kurang tahu ya dalilnya bunyinya kayak apa. Pokoknya intinya ada yang pernah bilang pemimpin itu harus Islam soalnya ada sunah nabi atau apalah gitu, ada yang pernah bilang begitu sih.”- Informan Bintoro, 22 Juni 2018

Sedangkan di sisi lain semua informan yang beragama selain Islam merasa tidak masalah jika seorang kandidat ingin menampilkan simbol agama dalam iklan kampanye politiknya. Namun mereka juga berharap bahwa para kandidat tersebut juga menampilkan simbol agama seluruhan dan bukan terfokus pada satu agama tertentu. Meskipun mereka tergolong minoritas mereka juga ingin agamanya ditampilkan dan diperhatikan sama seperti mereka memperlakukan agama lain. Mereka ingin adanya porsi yang tidak terlalu timpang mengingat keberagaman yang ada di wilayah Jawa Timur. Mereka ingin para calon turun secara nyata berkontribusi dalam membantu agamanya bukan sekedar memasukkan simbol agama mereka dalam iklan kampanyenya saja. Informan Caca yang menilai bahwa keterwakilan dari agama-agama lain adalah hal yang penting dan tidak bisa dilepaskan. "... Simbol agama untuk mewakili kalau pasangan calon itu juga tahu memperhatikan agama-agama lain itu lumayan sih, lumayan penting." Kata Caca.

Argumen para informan Generasi Milenial dalam penelitian ini diperkuat dengan riset yang telah dilakukan CSIS Periode 23-30 Agustus 2017 tentang "Orientasi Sosial, Ekonomi dan Politik *Generasi Milenial*". Pada Gambar 3.17. kita dapat melihat data yang telah mereka kumpulkan. Berdasarkan riset tersebut didapat fakta bahwa kegiatan yang berkaitan dengan keagamaan dan membahas isu sosial politik memiliki nilai yang rendah. Hanya ada 6,5% dari Generasi Milenial yang tertarik pada kegiatan beragama. Hal ini berbanding terbalik dengan generasi non milenial yang mencapai angka 23,8%. Sedangkan minat Generasi Milenial terhadap kegiatan terkait isu sosial dan politik hanya mencapai angka 2.3%. Dari sini kita dapat melihat bahwa rendahnya minat atau fokus generasi Milenial terkait isu politik dan agama. Para Generasi Milenial masih berfokus pada hal-hal yang lebih dekat dengan keseharian mereka seperti olahraga, musik, dan film. Hal ini dapat dipahami karena mereka para Generasi Milenial masih pada tahap usia yang belum menuntut mereka untuk bertanggung jawab akan pilihan. Pada usia mereka saat ini mereka masih banyak yang sedang menempuh

pendidikan dan baru memulai merintis karir. Sehingga mereka belum terlalu tertarik pada hal seperti politik dan agama.

Gambar 3.17.



#### Hasil Survei terhadap Kegiatan Paling Menaik Minat Milenial

Sumber: CSIS 2017

Seperti yang telah diuraikan di atas dapat dilihat bahwa informan penelitian ini termasuk khalayak aktif. Karena mereka tidak hanya sekedar melihat namun juga memaknai simbol agama yang ada pada iklan kampanye politik. Dalam penelitian *reception analysis* mengkaji secara mendalam proses aktual di mana wacana media diasimilasikan melalui praktik wacana dan budaya khalayaknya. Berdasarkan hipotesis pembacaan teks David Morley dalam *Cultural Transformation: The Politics of Resistance* yang dilandasi pemikiran Stuart Hall penerimaan khalayak terhadap iklan kampanye politik Pemilihan Gubernur Jawa Timur ini tergolong *Negotiated reading*. Di mana pembaca (dalam hal ini informan) dalam batas-batas tertentu sejalan dengan simbol yang ditampilkan dan pada dasarnya menerima makna yang disodorkan dan dikehendaki pembuat pesan (dalam hal ini aktor dan timsukses politikya) namun memodifikasi sedemikian rupa hingga mencerminkan posisi dan minat pribadinya.

Saat ditanya bagaimana penerimaan mereka terkait simbol agama yang ditampilkan pada iklan kampanye politik pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018 di Instagram semua informan merasa menerima dan menganggap tidak ada hal fatal yang ditampilkan dalam iklan kampanye politik pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018 di Instagram. Mereka merasa semua simbol agama yang ditampilkan sudah sesuai konteks waktu. Namun, ada beberapa catatan yang diberikan para Informan terkait simbol agama yang ditampilkan. Seperti penggunaan atribut kerudung pada salah satu kandidat yang dirasa kurang mencerminkan Islam karena masih memperlihatkan rambutnya. Informan juga memberikan catatan terkait konten dan porsi simbol agama yang terkesan terlalu berfokus pada agama Islam. Mereka tidak menolak tetapi berharap agar memperdulikan dan menunjukkan keberagaman agama lain juga. Mereka lebih menginginkan para kandidat berperan langsung ke masyarakat dalam mewujudkan kesejahteraan, toleransi, dan perlindungan atas hak beragama daripada hanya sekedar ucapan. Dan mereka juga berharap para kandidat untuk lebih menonjolkan visi-misi dalam membangun Jawa Timur ke depan.

“Menerima tapi nggak bener-bener menerima karena apa ya lebih kayak memepertanyakan. Kayak aku kadang juga kayak masih apa ya kayak aku tuh emang orangnya kayak gitu. Jadi nggak gampang berpikiran positif. Jadi kayak, oh kayak gini. Ya terima kasih sih maksudnya sudah diucapkan selamat hari raya. Tapi ikhlas nggak nih kayak gitu”-Informan Ayu, wawancara 8 Juni 2018

Pendapat para informan di atas juga sejalan dengan karakter Millennial sendiri yang unik. Menurut Howe dan Strauss (dalam Keeling, 2003) Generasi Milenial memiliki pikiran rasional, sikap positif, dan kebajikan tanpa pamrih. Howe dan Strauss menggunakan kata-kata berikut untuk menggambarkan Millennials: optimis, pemain tim kooperatif, pengikut aturan, dan rasial dan etnis beragam. Generasi Milenium memiliki tujuh ciri yang membedakan: khusus, terlindung, percaya diri, berorientasi pada tim, mencapai, ditekan, dan konvensional. Mereka dikatakan terlindung karena pada generasi sebelumnya isu-isu tentang anak sebagai harapan bangsa tidak terlalu di gaungkan sedangkan pada

generasi mereka isu tersebut dinaikkan. Dan dijadikan sebuah agenda politik untuk memenangkan suatu pemilihan. Mereka tumbuh dengan perkembangan digital membuat mereka terbiasa dengan kebebasan informasi. Informasi mudah diakses berbeda dengan generasi sebelumnya.

Dalam *Digital Culture and Religion in Asia*, Sam Han dan Kamaludeen Mohamed Nasir menyebutkan bahwa Generasi Milenial ini lebih liberal dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka peduli dengan sesama. Inilah generasi yang bisa berpindah pekerjaan karena merasa tak sesuai dengan jiwanya dalam preferensi politik mereka lebih rasional, mempertimbangkan dengan rasio, logika, dan mempunyai keleluasaan mengakses informasi secara mandiri, misalnya melalui dunia maya untuk menentukan pilihan politiknya (Mirza,2017). Sebagai contoh keberhasilan Obama terpilih sebagai presiden kulit hitam pertama karena mampu mengambil hati para Milenial melalui sosial media seperti Facebook, Twitter yang sedang populer di kalangan anak muda saat itu.

Isnaini (2017) dalam bukunya menyatakan bahwa terdapat perbedaan mendasar antara Generasi Milenial dan generasi sebelumnya adalah mereka tumbuh dalam lingkungan saintifik dan serba digital. Karena gaya hidup itulah menghasilkan mereka menjadi generasi digital, efisien, terbuka, optimis, inovatif, kritis, dan egaliter. Hal ini yang menjadikan mereka tidak terlalu mempermasalahkan simbol-simbol agama yang digunakan. Selama tidak menyinggung dan digunakan pada konteks yang sesuai maka mereka akan menerima hal tersebut. Mereka lebih berfokus pada pengamalan, visi-misi, dan kegiatan para kandidat dalam membangun wilayah mereka ke depan di bandingkan melihat latar belakang agama yang dibawa para calon tersebut.

Secara keseluruhan para informan penelitian sepakat menyatakan bahwa iklan kampanye politik pada pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018 di Instagram (dan realita nyata) berjalan dengan damai. Tidak ada keributan atau pertengkaran besar yang terjadi dalam jalannya masa kampanye terumata yang menyangkut

simbol agama. “Kayaknya si masih damai-damai aja sih cuma misalnya untuk kampanyenya sendiri masih belum ada yang se-ekstrim yang tadi pilpres ya kalau nggak salah. ” kata Ayu. Banyak dari mereka yang membandingkan pemilihan gubernur yang ada di Jawa Timur dengan pemilihan gubernur yang ada di DKI Jakarta. Mereka menganggap dua pemilihan gubernur ini sangat jauh berbeda. Pada Pemilihan Gubernur di DKI Jakarta isu agama sangat kental dan digunakan untuk menjatuhkan lawan. Hal ini juga disampaikan oleh Informan Dinda dalam tanggapannya mengenai damainya iklan kampanye politik Pilgub Jatim 2018.

“Kalau mungkin mungkin ya. Mbak sepengetahuanku mungkin kalo misalnya ini di Jatim (permasalahan simbol agama) itu bukan nggak penting menurutku nggak akan dibahas tapi untuk semaraknya di Ibu Kota mungkin dibahas soalnya udah terkait sama Ahok dan blablabla tapi kalo untuk di Jatim sendiri itu nggak sih soalnya kan kita di Surabaya ini termasuk eee Jatim termasuk orang netral, orangnya kalem- kalem jadi untuk masalah Ahok itu mereka bisa menoleransi kecuali kita ada di Ibu Kota sekarang mungkin itu akan menjadi pembahasan yang amat-amat panjang di pemerintahan dan bakal mungkin kalo misalnya jadi yang paslon itu orang Non-Islam lagi mungkin itu bakal jadi pembahasan panjang juga di masyarakat gitu, tapi untuk di Jatim sendiri Pilgub Jatim sendiri itu menurutku tidak penting gitu soalnya kan memang kayak mereka kebetulan juga sama-sama Islam semua dan mayoritas Surabaya juga Islam Jatim juga Islam jadi kayak nggak seberapa penting sih.”-Dinda, wawancara 22 Juni 2018

Menurut Dinda damainya iklan kampanye politik pada pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018 disebabkan beberapa alasan. Pertama karakter penduduk Jawa Timur yang netral dan kalem. Netral dan dalem yang dimaksud Dinda adalah kondisi masyarakat yang tidak mudah terpancing emosi dan lebih bisa menghadapi perbedaan toleran. Leni (2012) juga telah menjelaskan terkait karakteristik masyarakat Jawa Timur yang dikenal dengan karakter budayanya yang terbuka, ekspresif, artikulatif dan menyatakan apa adanya tanpa *tedheng aling-aling* (ditutup-tutupi). Karakter ini dapat terjadi karena kondisi Masyarakat Jawa Timur yang heterogen. Masyarakat Jawa Timur hidup dalam perbedaan suku dan agama membuat mereka menjadi lebih terbuka dan menghargai perbedaan. Hal ini ditunjukkan oleh sikap pemilihan yang lebih demokratis. Meskipun memang dalam sebagian daerah memang agama terutama Islam memiliki nilai tinggi. Sehingga masih banyak daerah di Jawa Timur yang masih menaruh hormat



dan kepercayaan tinggi pada tokoh agama. Daerah ini biasanya merupakan berasal dari daerah santri seperti daerah tapal kuda (Pasuruan bagian timur, Probolinggo, Lumajang, Jember, Situbondo, Bondowoso, dan Banyuwangi). Kedua kesamaan latar belakang agama kedua pasang kandidat yaitu Islam. Berbeda dengan pemilihan Gubernur DKI terdapat perbedaan agama antara pasangan calon sehingga isu keagamaan dapat diangkat untuk dapat memecah dukungan suara. Sedangkan di Jawa Timur tidak ada permasalahan bahkan kedua kandidat berasal dari organisasi keagamaan yang sama. Selain itu agama mayoritas penduduk Jawa Timur juga Islam. Sehingga kampanye ini menjadi lebih damai dan minim konflik agama. Ketatnya peraturan KPU seperti yang telah dijelaskan di atas juga menjadi faktor lain yang membuat kampanye Pilgub Jatim 2018 berjalan dengan damai.

### **3.3 Pemilih Pemula dan Preferensi terhadap Iklan Kampanye Politik**

Seperti yang telah dikatakan sebelumnya pada sub bab ini peneliti akan menjelaskan bagaimana preferensi pemilih pemula terhadap iklan kampanye politik berdasarkan data yang telah diperoleh. Peneliti akan menjelaskan bagaimana karakter iklan kampanye politik yang disukai oleh para pemilih pemula Generasi Milenial. Penjelasan terkait iklan politik yang melekat pada benak mereka dan juga tentang iklan kampanye politik yang mereka harapkan. Untuk menjelaskan semua pertanyaan di atas peneliti akan mulai menjelaskan tentang pemilih pemula Generasi Milenial terlebih dahulu. Subjek dalam penelitian ini adalah pemilih pemula Generasi Milenial. Pemilih pemula adalah mereka yang berusia di atas 17 tahun atau sudah/pernah menikah sebelumnya dan baru pertama kali menggunakan hak suaranya di dalam pemilihan umum. Para pemilih pemula saat ini berdasarkan tahun kelahirannya dapat dikategorikan sebagai Generasi Milenial.

Para pemilih pemula Generasi Milenial saat ini berusia sekitar 17-21 tahun. Dalam Teori Perkembangan Santrock pada usia tersebut pemilih pemula

termasuk dalam fase remaja. Dan dalam Teori Erik Erikson pemilih pemula berada pada tahap remaja kelima, yaitu identitas versus kebingungan identitas. Di mana pada fase ini mereka dihadapkan pada penentuan jati diri, siapa, dan ke mana tujuan mereka. Selama proses pencarian identitas para remaja awal dibantu oleh monatorium psikososial (Fachrudin,2018, hal.36). Atas dasar itu para pemilih pemula Generasi Milenial sering dianggap sebagai *swing voters*. Karena mereka belum menentukan pilihan dan masih kurang memiliki pengalaman tentang politik. Namun demikian mereka sudah mulai memahami dan berusaha mencari tahu tentang politik dari berbagai sumber seperti yang telah dijelaskan pada sub bab sebelumnya. Dari berbagai pengalaman dan informasi politik yang mereka terima membuat mereka memiliki preferensi tersendiri terhadap iklan kampanye politik. Mereka memiliki suatu penilaian tersendiri yang dapat membuat mereka tertarik pada suatu iklan kampanye politik.

Preferensi mereka terhadap iklan kampanye politik juga dipengaruhi oleh kesan pertama mereka tentang politik dan iklan kampanye politik itu sendiri. Bagaimana cara mereka melihat politik pertama kali juga akan mempengaruhi penerimaan mereka terhadap iklan kampanye politik. Karena kesan pertama mereka yang mereka dapat dari stimulus yang ditangkap oleh panca indera dapat mempengaruhi cara mereka dalam memaknai hal itu. Jalaludin Rakhmat (2012, hal. 91) dalam bukunya mengatakan *primacy effect* secara sederhana menunjukkan kesan pertama sangat berpengaruh. Karena kesan pertama akan menentukan dan memasukan suatu hal yang ditangkap ke dalam kategori yang ada dalam otak mereka. Kesan pertama ini kemudian menciptakan *hallo effect*. *Hallo effect* adalah kesan positif atau negatif berdasarkan stimulus pertama kali yang telah diterima oleh panca indera yang kemudian menentukan sikap seseorang dalam melihat secara keseluruhan. Oleh sebab itu menjadi wajar jika seseorang pertama kali mengenal politik sebagai hal yang buruk tentu mereka akan bersifat resisten atau cenderung skeptis atau mempertanyakan kembali makna yang terkandung dalam iklan kampanye politik yang disajikan. Dan sebaliknya jika seseorang mengenal politik sebagai hal yang positif mereka akan

cenderung menerima dan mendukung iklan tersebut. Kesan pertama mereka terhadap suatu hal biasanya didasarkan oleh *stereotyping* yang dilakukan atau diajarkan oleh lingkungan sekitarnya. *Stereotype* itu kemudian tertancap dipikirkannya sehingga mempengaruhi seseorang dalam menilai suatu hal. Setelah kesan pertama terjadi berikutnya mereka akan dihadapkan dengan berbagai situasi baru dengan berbagai macam stimulus yang membuat mereka berpikir ulang hingga terbentuk suatu persepsi akan hal tersebut.

Menurut Rakhmat persepsi adalah pengalaan tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Lebih lanjut Desiderato (dalam Rakhmat,2012, hal.50) menjelaskan bahwa penafsiran makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi saja tapi juga melibatkan atensi, ekspektasi, motivasi dan memori seseorang. Persepsi merupakan hasil dari proses pemaknaan atau decoding yang dilakukan seseorang terhadap stimulus berupa simbol yang ditangkap oleh panca indera dan kemudian dicerna oleh otak. Simbol itu bisa berupa huruf, angka, kata-kata, atau berupa foto dan notasi musik yang mereka terima (Severin & Tankard, Jr, 1997, hal.91). Dalam proses penerimaan iklan kampanye politik terutama di Instagram khalayak bersifat aktif. Mereka mencari, melihat, dan memaknai suatu iklan secara sadar berdasarkan keinginan mereka sendiri. Sesuai dengan pemikiran Hall bahwa tidak ada makna pasti dalam teks, semua tergantung pada audiensnya. Seperti yang telah dijabarkan pada sub bab sebelumnya bahwa penerimaan khalayak memiliki tiga kemungkinan interpretasi yang berbeda pertama dominan hegemoni (menerima pesan secara utuh), kedua negosiasi (menerima pesan, namun mencampurkan interpretasinya), dan terakhir oposisi (menolak atau berlawanan dengan hal yang ditawarkan) hal ini telah Hall (dalam Ida, 2014, hal.178-179).

Ada beberapa tahapan respon sebelum pemilih dapat memersepsi sebuah iklan politik. Nursal (dalam Triastari,2011) menyebutkan bahwa ada empat tahapan dalam proses persepsi iklan politik. Pertama, *awareness*. Pada tahap ini

pemilih menyadari dan mengingat bahwa adanya kontestan tertentu. Kontestan politik harus memiliki brand *awareness* jika tidak maka akan sulit bagi pemilih untuk mengetahui keberadaannya. Kedua, *knowledge*. Pada tahap ini seorang pemilih mengetahui beberapa unsur mengenai produk kontestan. Seperti latar belakang diri kontestan, prestasi kontestan, program kerja kontestan, rekam jejak karir kontestan, dan lain sebagainya. Unsur-unsur ini nanti akan diinterpetasikan sehingga membentuk makna politis tertentu di dalam benak pemilih. Tahap ini juga disebut dengan *brand association* dan *perceived quality*. Ketiga, *liking*. Pada tahap ini seorang pemilih menyukai kontestan berdasarkan satu atau lebih makna politis yang telah terbentuk dipikirkannya. Keempat, *prefence*. Pada tahap ini pemilih menganggap bahwa satu atau beberapa makna yang terbentuk sebagai interpretasi terhadap produk bisa atau tidak dipenuhi oleh kandidat lain. Dari hal ini membuat mereka memiliki kecenderungan untuk memilih kontestan tertentu. Terakhir, *conviction*. Di mana pada tahap ini pemilih telah memiliki keyakinan untuk memilih kontestan tertentu. Beberapa tahap ini diadaptasi Nursal dari Kotler (1995) dan Peter dan Olson (1993). Sebelum membahas tentang preferensi pemilih pemula Generasi Milenial terkait iklan kampanye politik peneliti ingin menjelaskan tentang pengertian mereka terhadap politik, iklan kampanye politik, dan terakhir preferensi mereka. Pada dasarnya pengertian mereka tentang hampir sama. Namun mereka memiliki pemikiran yang lebih bersifat pragmatik. Di mana mereka memberikan pengertian berupa contoh riil dalam kehidupan. Seperti Informan Caca yang menganggap politik identik dengan kekuatan. “Ee.. Politik itu kayak kalau kamu kuat ya bertahan kalau kamu nggak ya bisa-bisa hilang gitu” kata Caca saat ditanya pengertiannya tentang politik. Caca menganggap dalam politik seseorang yang memiliki kekuatan lebih dapat menguasai dan menyingkirkan lawannya. Menurutnya seorang aktor politik tidak akan bertahan lama dan tidak dapat dikenal publik jika tidak memiliki kekuatan lebih baik dukungan atau materi. Lebih sederhana Informan Bintoro megaitkan politik dengan pemerintah dan secara praktik dia memahami politik sebagai pemilihan pemimpin dalam pemilihan umum.

“Yang pertama kali ngenalin politik sih orang tua ya mungkin, soalnya paling dekat dengan orang tua kan. Orang tua biasanya bilang milih pemimpin baru itu biasanya disebut politik. **“Buat apa sih Milih?” “Yo, jenenge politiklah yo opo maneh. Milih pemimpin”** gitu seh orang tua sih biasanya bilang begitu. **Milih pemimpin baru itu biasanya disebut politik gitu orang tua** biasane bilang kayak gitu.” –Informan Bintoro, Wawancara 22 Juni 2018

Pendapat mereka tidak salah karena pengertian politik sendiri adalah interaksi antara pemerintah dan masyarakat, dalam rangka proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan yang mengikat tentang kebaikan bersama masyarakat yang tinggal dalam suatu wilayah tertentu (Subakti,2010). Pemerintah adalah seluruh lembaga yang menjalankan tugas dan wewenang negara. Karena menjalankan tugas dan wewenang negara pemerintah diberikan kekuasaan untuk mengatur masyarakatnya demi mencapai tujuan dan kebaikan bersama. Kekuasaan tersebut yang sering diperebutkan atau diincar oleh seseorang. Bagi orang yang memiliki *power* lebih besar maka dia akan memiliki peluang lebih besar juga untuk menang. Ini yang dimaksud kata kuat oleh informan Caca dalam pengertiannya soal politik.

Iklan kampanye politik adalah proses yang digunakan para aktor politik untuk mempromosikan diri kepada publik melalui saluran komunikasi massa. Berberapa komunikasi massa yang digunakan adalah televisi, koran, radio, internet termasuk media sosial. Tidak hanya itu beberapa ruang publik juga digunakan untuk menjadi wadah kampanye seperti hadirnya spanduk dan pamflet yang tersebar di berbagai wilayah kampanye. Dalam iklan kampanye politik para aktor sebagai kontestan politik akan berusaha menyampaikan visi-misinya, program kerja, menyampaikan janji politik, dan juga menjual persona diri untuk mendapat dukungan. Iklan kampanye politik berfungsi untuk menyampaikan pesan verbal dan visual kepada audiens tentang kontestan. Untuk dapat dipilih para kontestan harus dapat membuat pesan yang tepat sasaran seperti penyampaian visi-misi, program kerja, dan janji politik yang jelas dan masuk akal. Pesan yang persuasif dan komunikatif tentu harus disesuaikan dengan kondisi khalayak yang disasar. Pengertian para informan tentang iklan kampanye

politik juga sama. Mereka menganggap iklan kampanye politik adalah sebuah media untuk kandidat mempromosikan diri dan janji kampanyenya kepada publik.

“Kalau menurut saya sih, dia sebagai calon pasangan politiknya itu mau **promosi, jadi dia kan mau jadi calon. Jadi dia promosi-promosi apa yang bisa dia lakukan untuk masyarakat** yang nanti dia pimpin untuk kedepannya . Setahu saya begitu”-Informan Vallen, wawancara 13 Juni 2018

“Iklan politik... pasti yang namanya iklan kan dia berpromosi kan ya. Ya pasti dia **kayak mempromosikan siapa dirinya dan apa sih tujuannya dia maju**, mungkin gitu-gitu kali ya. Kayak ya istilahnya sosialisasi lah ke masyarakat, ini lo aku, aku mau maju pilgub. Aku dengan membawa misi ini, gitu-gitu lah”-Informan Agnes, wawancara 8 Juni 2018

Selain pengertian secara konseptual informan juga memberikan contoh nyata dari iklan kampanye politik yang terjadi seperti yang diutarakan oleh informan Zahra berikut:

“Ee iklan kampanye itu yang kayak spanduk-spanduk gitu, banner-banner gitu, kan biasanya juga ada di jalan-jalan, terus ee pasangan calon itu juga setau saya kayak melakukan kunjungan-kunjungan ke daerah kayak tur juga, apa, untuk mengadakan acara yang bertujuan untuk kampanye gitu, mengkampanyekan dirinya”- Informan Zahra, wawancara 6 Juni 2018

Nusal (dalam Triastari,2011) mengutip penelitian yang telah dilakukan oleh Falkowski dan Cwalian tahun 1999 dan Kaid 1999 tentang fungsi iklan kampanye politik. Dari penelitian tersebut didapat beberapa hasil. Pertama, iklan kampanye politik berguna untuk membentuk citra kontestan dan sikap emosional terhadap kandidat. Kedua, iklan kampanye politik dapat membantu para pemilih untuk terlepas dari ketidak pastian pilihan karena memiliki kecenderungan untuk memilih kontestan tertentu. Ketiga, iklan kampanye politik dapat menjadi alat untuk melakukan rekonfigurasi citra kontestan. Keempat, iklan kampanye politik dapat mengarahkan minat untuk memilih kontestan tertentu. Kelima, iklan kampanye politik dapat mempengaruhi opini publik tentang isu-isu nasional. Dan terakhir, iklan kampanye politik dapat memberu pengaruh terhadap evaluasi dan interpretasi para pemilih terhadap kandidat dan kejadian-kejadian politik. Oleh karena itu iklan kampanye politik menjadi sangar penting karena memiliki peranan strategis dalam pemasaran politik terutama pada iklan audio visual.

Iklan kampanye politik yang baik tidak hanya ditentukan dari kualitas konten iklannya. Iklan kampanye politik juga dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi proses interpretasi pesan kampanye hingga membuat pemilih dapat menentukan pilihannya. Faktor internal adalah semua yang bersumber dari dalam diri penerima pesan atau audiens baik berupa latar belakang keluarga, sosial, budaya, dan agama. Semua informasi yang telah mereka terima dari berbagai sumber ditambah dengan pengalaman yang mereka terima menjadikan pertimbangan. Dalam penelitian ini audiens yang dimaksud adalah kepemilih pemula usia 17-21 tahun yang dikategorikan sebagai Generasi Milenial. Pada pemilih pemula Generasi Milenial belum banyak memiliki pengalaman politik. Pengetahuan mereka tentang politik serta interaksi mereka dengan dunia politik belum banyak. Hal ini tidak jarang menyebabkan sebagian mereka masih merasa belum butuh untuk mengetahui politik lebih sehingga membuat sebagian dari mereka memiliki sikap apatis terhadap politik. Founder and CEO Alvara Research Center, Hasanudin Ali mengatakan, sebagian besar Generasi Milenial apatis terhadap politik. Hanya 22 persen yang mengikuti perkembangan politik. Sedangkan 70 persen lainnya, pemuda berusia 21-35 tahun tersebut lebih menyukai pemberitaan *lifestyle*, musik, IT, maupun film (WartaKota.Tribunnews.com, 2018)

Seperti yang terjadi di lingkungan pergaulan Informan Bintoro yang jarang membahas tentang politik. “Diskusi politik sih, enggak ada sih. Temen-temen saya kebanyakan apatis semua kalo tentang politik, cuman sekedar nyoblos sudah gitu aja.” Kata Bintoro. Saat ditanya apa alasan mereka tidak suka membahas politik Bintoro menjawab bahwa lingkungannya merasa kecewa karena relita yang dihadapi saat ini tidak sesuai dengan janji atau visi-misi yang disampaikan sebelumnya. “...Banyak kasus yang nggak sesuai sama janji dan visi-misinya itu sih. Makanya temen-temen saya itu sudah pada maleslah ngikutin yang kayak gitu-gitu sih, makanya udah nggak terlalu peduli....” tegas Bintoro. Oleh karena itu para komunikator politik dan para aktor politik harus dapat membuat konten

iklan yang tepat berdasarkan keinginan atau hal yang dibutuhkan publiknya. Seperti pada tahap pengambilan keputusan yang telah dijelaskan di atas maka para aktor harus dapat menarik perhatian publiknya agar dapat dipilih.

Para pemilih pemula generasi milenial yang menjadi informan penelitian ini memiliki pemikiran terkait iklan kampanye politik yang ideal bagi mereka. Mereka menganggap sebuah iklan kampanye politik yang ideal seharusnya memaparkan komitmen, memaparkan visi misi yang jelas, termasuk janji kampanye atau program apa saja yang akan mereka jalankan jika berhasil terpilih untuk memimpin. “Kalo aku sih yang terpenting dari sebuah iklan itu intergritas dari calon, jadi dari pertama komitmen dia untuk membangun Jawa Timur itu seperti apa, terus ke depan visi-misinya bagaimana, terus yang paling utama yaitu integritas, integritasnya untuk memimpin.” Kata Informan Daniel. Mereka juga berfikir bahwa iklan kampanye politik yang ideal khususnya untuk menyoal generasi muda harus menggunakan media kampanye yang sesuai dengan target. Seperti penggunaan media baru internet, sosial media Instagram atau Youtube. Pada iklan kampanye mereka juga tertarik dengan adanya konten baru seperti vlog kegiatan kontestan dan jingle. “Kampanye politik yang ideal itu kayak apa yaa. Yaa mungkin lebih kayak kunjungan terus vlog itu juga bagus, jingle.” Kata Informan Dinda.

“Kalo aku sih yang terpenting dari sebuah iklan itu intergritas dari calon, jadi dari pertama komitmen dia untuk membangun Jawa Timur itu seperti apa, terus ke depan visi-misinya bagaimana, terus yang paling utama yaitu integritas, integritasnya untuk memimpin. Ya cukup itu sih.”-Informan Daniel, wawancara 11 Juni 2018.

Menurut Informan Zahra iklan yang baik adalah iklan yang realistis atau yang ia sebut nyata. Tidak sekedar pencitraan untuk mendapat citra positif tetapi juga nyata dalam tindakannya. Tidak bohong atau hiperbola sehingga dapat diwujudkan dalam pemerintahannya jika terpilih. Serta tidak menyinggunga suku, ras, dan agama. Sedangkan penggunaan simbol agama dalam iklan kampanye politik menurutnya juga dapat di masukan tetapi harus baik dan benar. Artinya



penggunaan simbol agama harus sesuai dan tidak bertentangan atau menyinggung agama lain. Simbol agama yang ideal dalam iklan kampanye seperti penggunaan atribut pakaian, menampilkan acara keagamaan (pengajian, ziarah, dan lainnya).

“Simbol agama yang ideal itu, gimana ya, ee ya mungkin kayak ee dia itu pakai atribut yang baik dan benar, itu aja udah cukup sih. Terus kayak mungkin melakukan atau mengadakan acara-acara keagamaan kayak pengajian-pengajian gitu, ziarah, kayak gitu sih... Iklan yang baik itu ya seharusnya yang nyata gitu yang bener-bener, maksudnya yang nggak Cuma sekadar pencitraan gitu, itu yang bener sih. Terus kalau yang nggak boleh, ya nggak boleh menyinggung SARA, suku, ras dan agama gitu” –Informan Zahra, wawancara 6 Juni 2018

Pendapat Zahra juga dibenarkan oleh Informan Dinda. Menurut Dinda simbol agama sah-sah saja jika digunakan asal tetap sopan dan sesuai dengan aturan yang berlaku. Dinda merasa tidak ada simbol agama yang menyalahi aturan dalam praktik iklan kampanye yang ditunjukkan dalam Pilgub Jatim 2018. “*Fair-fair* aja selama ini kayak selama eee patilah selama paslon itu udah pasti tau yang namanya sopan santun dari awal yakan pasti mereka tau batasan-batasan mana yang boleh dan nggak boleh.” kata Dinda.

Berangkat dari pemikiran mereka terhadap iklan kampanye politik yang ideal dan realitas di lapangan menghasilkan sebuah kesimpulan tentang preferensi iklan kampanye politik yang mereka suka. Dari hasil wawancara mendalam yang telah dilakukan peneliti melihat bahwa para informan memilih konten iklan kampanye politik yang bersifat positif. Konten positif ini berisi iklan kampanye politik yang menunjukkan kegiatan apa yang telah dilakukan oleh kandidat seperti kegiatan pasangan calon, orasi langsung atau kegiatan lain yang dilakukan oleh pasangan calon kandidat. Saat ditanya tentang konten iklan kampanye politik di sosial media yang lebih disukai sebagian besar informan menjawab kegiatannya. Hal ini juga sesuai dengan hasil jawaban pada pretest yang dilakukan sebelum wawancara mendalam. “Soalnya kan dia hanya menunjukan bahwa kegiatannya tuh untuk masyarakat, jadi tidak berfokus ke dirinya apalagi ke pasangannya. Dia lebih menunjukkan ke masyarakatnya, kalo pandanganku ya seperti itu.” Kata

Informan Daniel. Ia merasa bahwa dengan melihat kegiatan yang dilakukan oleh kandidat dapat membuat penilaian terhadap komitmen dari kandidat untuk masyarakat. Dengan melihat kegiatan yang sudah dilakukan oleh kandidat juga membuat mereka calon pemilih dapat menilai bagaimana karakter dan afiliasi kandidat tersebut. Seperti pendapat Informan Bintoro berikut ini:

“Ya karna biar tau aja, kalo pasangan itu kampanyenya modelnya kayak gimana, berkunjung kemana. Kan itu nanti kan sudah...hmm apa ya kayak ciri khas gituloh. Ciri khas orang itu oh seperti ini. Kan jadi tahu kalo kegiatannya lebih sering ke ponpes oh berarti orangnya lebih ke arah agama. Kalo dia ke desa-desa kecil, berarti dia lebih merangkul ke masyarakat bawah gitu.”- Informan Bintoro, Wawancara 22 Juni 2018

Selain itu saat ditanya tentang konten iklan kampanye politik di pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018 Informan Caca mengatakan bahwa konten tentang orasi adalah hal yang dia suka. “(Alasan orasi menjadi menarik) Soalnya kan ee orang pasti milih berdasarkan apa yang disampaikan dia kan jadi kek kalau pidatonya mengenal terus habis itu kek menjanjikan itu pasti menarik buat dilihat.” kata Caca. Menurutnya dengan melihat orasi dia bisa melihat bagaimana karakter kandidat dan bagaimana kesesuaian pidato yang disampaikan apakah masuk akal atau tidak. Selain itu Informan Caca menjelaskan beberapa konten yang disukai. Ia merasa bahwa penggunaan jingle terutama yang diciptakan oleh anak muda untuk kandidat menjadi lebih menarik karena sesuai dengan selera anak muda dan lebih mudah diterima.

Mereka berharap para calon pemimpin dapat lebih mementingkan dan mengutamakan kepentingan umum masyarakatnya. Mereka berharap bahwa iklan kampanye politik tidak hanya berfokus pada satu agama tertentu atau satu agama mendominasi warna politik tersebut. Meskipun tidak dapat dipungkiri di Jawa Timur agama Islam adalah agama mayoritas penduduknya. Mereka berharap bahwa pada iklan atau kampanye politik agama-agama minoritas juga turut di sertakan. Mereka para informan yang bergama di luar Islam berharap para calon pemimpin juga turut berkontribusi, mendukung, dan menjaga hak-hak mereka.

Mereka berharap para calon dapat ikut serta dalam kegiatan keagamaan mereka, bukan yang bersifat ibadah, tapi seperti berkumpul bersama. Pasangan calon juga dapat membuat suatu acara sendiri yang melibatkan mereka. Seperti Informan Agnes yang dalam organisasi keagamaannya sering mengundang beberapa tokoh politik untuk datang ke acara oraganisasinya. “Soalnya kita tuh, dari agamaku sendiri itu setiap tahun tuh ada juga yang namanya ee .... Sembahyang untuk kemakmuran Negara gitu dan di situ tuh balik juga ke tokoh agama yang diundang kayak misalnya menteri agama dan itu acaranya diadakan bergilir gitu, misalnya.” kata Agnes. Ia berharap para kandidat dapat turut berpartisipasi dan mebaur dengan agama lain dan tidak hanya tertuju pada agama mayoritas. Hal ini juga sejala dengan harapan Informan Daniel. “Kalo aku sih sek.. sek.. Mungkin bentuk kegiatannya, misale dia berkunjung ke gereja, waktu mengamankan gereja juga aman. Menurutku, itu kan juga sebagai bentuk pelayanan juga kepada masyarakat.” Kata Daniel. Dengan demikian mereka akan merasa diayomi, dihargai, dan dianggap kehadirannya. Selain itu Informan Ayu berharap para kandidat dapat memberikan kontribusi terkait kepedulian mereka terhadap agama minoritas.

“Mungkin paslon atau dari pemerintah juga apa ya... lebih berkontribusi untuk membantu pembangunan di situ terlepas dari apapun agama mereka atau mungkin eee... agama-agama lain juga seperti itu. Jadi lebih ke kontribusi langsung sih, nggak cuma sekedar ngucapin selamat hari raya”-Ayu, wawancara 8 Juni 2018

Seperti yang telah dijelaskan pada sub bab 3.1 bahwa ada banyak sumber informasi politik. Iklan kampanye politik lebih banyak berkembang melalui media televisi, koran, radio, internet, media sosial, baner, pamflet atau media yang ada di ruang publik lainnya. Iklan kampanye politik berada di media yang memiliki akses yang mudah dan sering dijangkau publik. Tujuannya agar publik terpapar pesan yang ingin disampaikan para kontestan. Beberapa tahun lalu sebelum

teknologi berkembang sepesat sekarang, di mana sumber iklan kampanye politik masih berfokus pada televisi, koran, radio, dan ruang publik para kontestan memiliki kesempatan kampanye lebih luas. Para kontestan dapat melakukan iklan kampanye politik dengan maksimal di media massa. Namun saat ini Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai penyelenggara pemilihan umum menetapkan beberapa peraturan baru. Beberapa peraturan ini secara langsung maupun tidak langsung membatasi ruang gerak para kontestan untuk melakukan iklan kampanye politik. Peraturan ini tentu dibuat untuk kebaikan bersama seperti agar publik tidak terganggu dengan banyaknya kampanye politik yang ada. Sebelum peraturan ini ada ruang publik banyak diisi dengan baliho dan berbagai macam iklan kampanye yang banyak. Dengan adanya peraturan ini diharapkan kampanye politik dapat terlaksana dengan baik, adil, dan teratur.

Peraturan baru tentang iklan kampanye politik tersebut tertuang dalam Peraturan KPU No 4 Tahun 2017 Tentang Kampanye Pilkada. Pada Pasal 60 disebutkan bahwa Media massa cetak, media massa elektronik dan lembaga penyiaran dilarang menayangkan Iklan Kampanye komersial selain yang difasilitasi oleh KPU Provinsi. Di mana seluruh aktivitas kampanye politik di media massa harus berdasarkan persetujuan yang dilakukan oleh KPU di luar itu akan mendapatkan sanksi. Sanksi tersebut tidak hanya diberikan pada kontestan namun juga pada media yang menampilkannya. Selanjutnya pada Pasal 70 Ayat 2 dijelaskan bahwa Partai Politik atau Gabungan Partai Politik, Pasangan Calon dan/atau Tim Kampanye dilarang mencetak dan memasang Alat Peraga Kampanye selain dalam ukuran, jumlah dan lokasi yang telah ditentukan oleh KPU Provinsi. Bahkan larangan pemasangan iklan kampanye lebih jelas lagi tertulis pada Ayat 3. Pasal 70 Ayat 3 mengatakan bahwa Partai Politik atau Gabungan Partai Politik, Pasangan Calon dan/atau Tim Kampanye dilarang memasang Iklan Kampanye di media massa cetak dan media massa elektronik. Hal ini jelas berbeda dengan realita beberapa tahun lalu, di mana kontestan dapat membayar media untuk mempromosikan dirinya.

Dengan segala keterbatasan berkampanye tersebut membuat para kontestan dan tim suksesnya semakin memanfaatkan media sosial. Selain karena lebih leluasa dan memungkinkan dilakukan di luar media massa konvensional yang telah dilarang. Media sosial lebih tepat sasaran karena lebih mudah, media sosial memiliki intensitas lebih tinggi, dan lebih dekat dengan para target audiens terutama anak muda Generasi Milenial sebagai pemilih pemula. Selain itu Barber (dalam Tedesco, 2004) menjelaskan beberapa kelebihan iklan kampanye politik di internet termasuk media sosial sebagai berikut:

- (a) inherent interactivity;*
  - (b) potential for lateral and horizontal communication;*
  - (c) point-to-point and non-hierarchical modes of communication;*
  - (d) low costs to users (once a user is setup);*
  - (e) rapidity as a communication medium;*
  - (f) lack of national or other boundaries; and*
  - (g) freedom from the intrusion and monitoring of government.*
- Barber (dalam Tedesco, 2004, hal.511)

Artinya menurut Barber Internet memiliki interaktivitas yang melekat dengan penggunaannya. Internet memiliki potensi untuk melakukan komunikasi lateral dan horisontal. Di Internet menggunakan mode komunikasi *point-to-point* dan non-hirarkis yang berarti semua orang dapat mengakses dan melakukan interaksi tanpa harus melewati prosedur khusus. Selain itu pengguna berbiaya iklan kampanye politik di Internet lebih rendah (setelah pengaturan pengguna). Kecepatan Internet sebagai media komunikasi lebih cepat untuk melakukan iklan kampanye politik. Selain itu di Internet tidak memiliki batasan regional nasional atau lainnya sehingga persebarannya lebih cepat dan luas. Dan kebebasan dari intrusi dan pemantauan pemerintah. Karena Internet sangat bebas dan terbuka untuk anonimitas Internet dianggap Barber terlepas dari pemerintah terlebih kebebasan demokrasi di Barat lebih luas. Hal ini sedikit berbeda dengan peraturan di Indonesia saat ini. Di mana pemerintah juga turut mengawal jalannya kebebasan demokrasi sekaligus berekspresi di Indonesia termasuk pada iklan kampanye politik di Internet atau media sosial.

Pemerintah melalui KPU juga memaparkan peraturan iklan kampanye di media sosial melalui Peraturan KPU RI No. 4 Tahun 2017 Tentang Kampanye Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Walikota dan Wakil Wali Kota. Pada Pasal 47 (Ayat 1-4) dikatakan bahwa kampanye pada media sosial dilakukan oleh Partai Politik atau Gabungan Partai Politik, Pasangan Calon dan/atau Tim Kampanye. Partai Politik atau Gabungan Partai Politik, Pasangan Calon dan/atau Tim Kampanye dapat membuat akun resmi di media sosial untuk keperluan Kampanye selama masa Kampanye. Partai Politik atau Gabungan Partai Politik, Pasangan Calon dan/atau Tim Kampanye wajib mendaftarkan akun resmi di media sosial kepada KPU Provinsi sesuai dengan tingkatannya paling lambat 1 (satu) hari sebelum pelaksanaan Kampanye. Pendaftaran akun media sosial menggunakan formulir Model BC4-KWK untuk disampaikan kepada KPU Provinsi, Bawaslu Provinsi, Kepolisian Negara Republik Indonesia sesuai tingkatannya, dan sebagai arsip Pasangan Calon.

Mengenai konten iklan kampanye politik di media sosial KPU kembali menjelaskan pada Pasal 48 (Ayat 1 dan 2) yang mengatakan bahwa materi Kampanye dalam media sosial dapat berupa tulisan, suara, gambar, tulisan dan gambar, dan/atau suara dan gambar yang bersifat naratif, grafis, karakter, interaktif atau tidak interaktif, serta yang dapat diterima melalui perangkat penerima pesan. Dan materi kampanye harus sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam undang-undang tentang Pemilihan. Bahkan pada Pasal 50 KPU mengatur bahwa Partai Politik atau Gabungan Partai Politik, Pasangan Calon dan/atau Tim Kampanye wajib menutup akun resmi di media sosial paling lambat 1 (satu) hari setelah masa Kampanye berakhir. Seperti yang telah dijelaskan pada Bab sebelumnya dalam peraturan KPU Nomor 4 Tahun 2017 menjelaskan bahwa masa kampanye dimulai 3 hari setelah penetapan pasangan calon peserta pemilihan sampai dengan dimulainya masa tenang. Masa tenang kampanye berlangsung selama 3 hari sebelum hari dan tanggal pemungutan suara. Dan pada masa tenang, pasangan calon dilarang melaksanakan kampanye dalam bentuk apapun.

Oleh karena itu para tim sukses dan aktor politik harus sedemikian rupa memanfaatkan peluang iklan kampanye politik di media sosial dengan maksimal tanpa melanggar peraturan yang telah ditetapkan oleh penyelenggara. Selain memanfaatkan tagar dan mengumbulkan basis massa virtual pembuatan konten iklan harus tepat. Agar dapat menarik perhatian audiens mereka harus membuat konten yang sesuai berdasarkan hal yang diinginkan audiens seperti yang telah dijabarkan sebelumnya. Mereka para pembuat konten harus membuat karakter atau *branding* yang sesuai dengan ekspektasi publiknya. Mereka juga dapat menggunakan beberapa cara dalam iklan kampanye politik yang sudah terbukti berhasil diterapkan dari pemilihan sebelumnya.

Sebelum melakukan wawancara mendalam peneliti telah melakukan pretest terkait media habit dan pengetahuan mereka akan politik. Salah satu pertanyaan peneliti adalah iklan politik apa yang melekat di dalam pikiran mereka para Generasi Milenial. Selain kegiatan mayoritas jawaban mereka adalah jingle dan penampilan fisik calon yang sangat kuat membuat mereka sadar dan ingat pada calon. Informan Dinda yang sangat ingat dengan *branding* penampilan fisik kandidat pemimpinnya meskipun pemilihannya sudah lama berlalu.

“Hmm, apa yaaa. Pak jarwo. Jarwo (pembenaran: Karwo) kayak kumis tebalnya itu mungkin karena ikon udah dari penampilannya udah menarik perhatian mungkin yaa jadi kayak Pak Jarwo (pembenaran: Pak Karwo) itu udah sampek sekarang pun mungkin masih banyak yang menggunakan kata- kata atau kayak julukin orang yang kumisnya tebal itu sebagai Pak Jarwo (Pembenaran: Pak Karwo) kayak gitu”-Dinda, wawancara 22 Juni 2018

Mars atau jingle adalah hal lain yang dianggap sangat melekat. Salah satu jingle yang sering disebutkan oleh para informan adalah Mars Partai Pesatuan Indonesia (Perindo). Intensitasnya yang tinggi diputar di beberapa televisi nasional secara berkala dalam jangka waktu lama tentu dapat menjadikan alasan di kuat mengapa Mars Perindo sangat menancap. Selain itu mars Perindo sangat melekat di dalam benak khalayak karena musiknya khas dengan lirik yang berisi

kalimat penuh semangat dan harapan untuk kebaikan bangsa. Kedua hal tersebut audio berupa suara atau musik dan penampilan fisik yang diwujudkan dalam bentuk gambar memang memiliki daya tarik yang tinggi. Seperti yang disampaikan informan Yusuf yang berpendapat bahwa “Liriknya juga bagus. Terus nadanya juga bagus. Tapi yang sangat disayangkan tuh dia tuh sering ditayangin di televisi berulang kali bahkan udah ditegur sama KPI nggak direspon sama mereka” Yusuf pada wawancara 9 Juni 2018.

Brader dalam penelitiannya menemukan kesimpulan bahwa dalam iklan kampanye politik motivasi pemilih dapat dengan mudah dipengaruhi oleh kekuatan musik dan gambar sebagai berikut:

*"I find candidates can significantly alter the motivational and persuasive power of ads simply by using music and images to elicit emotions such as fear or enthusiasm. By using experiment, this study contributes to research in political psychology by showing that appeals to emotion can cause changes in how citizens respond to political image. The result not only add to our knowledge of advertising effect, but also show that emotional appeals can stimulate behavior, such as voting or reasoned choice, that is often seen as democratically desirable."- Brader, 2005, hal.388-389*

Menurut Brader (2005) musik dan gambar untuk menimbulkan emosi seperti ketakutan yang menciptakan antusiasme. Dengan menggunakan percobaan penelitiannya dalam bidang psikologi politik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik emosi dapat menyebabkan perubahan bagaimana warga negara merespons citra politik. Tidak hanya menambah pengetahuan tentang efek iklan, tetapi juga menunjukkan bahwa daya tarik emosional mendorong perilaku stimulare, seperti pemilihan atau pemilihan yang beralasan, yang sering dipandang sebagai diinginkan secara demokratis.



Iklan akan selalu berkaitan dengan pengorganisasian persepsi khlayak seperti pengorganisasian tentang minat khalayak. Audiens sangat beragam. Persepsi mereka juga berbeda. Menjadi tugas pembuat konten untuk mengubah keragaman audiens, merubah perbedaan di antara audiens menjadi beberapa jenis set pilihan umum yang dapat mengakomodir keinginan mereka. Pada dasarnya audiens atau khalayak telah memiliki persepsi dan harapannya sendiri.

Bahkan para audiens telah memiliki tingkat kecemasan atau ketakutan tersendiri akan suatu hal. Semua harapan, pecemasan, dan persepsi ini telah ada bahkan sebelum pesan itu sengaja dibuat. Hal ini dapat terjadi karena audiens bersifat aktif mereka dapat memproduksi makna dari apa yang mereka terima. Sumber-sumber informasi seperti keluarga, teman, media dan budaya juga memengaruhi penerimaan mereka. Memasarkan tujuan akan lebih mudah jika sang pembuat konten iklan kampanye politik dalam hal ini aktor dan tim sukses politiknya dapat membangun pesan berdasarkan apa yang diketahui, diinginkan, dan bahkan apa yang ditakutkan. Sehingga pengiklan harus dapat pandai membaca situasi dan memainkan *anxiety level* dari audiens yang mereka tuju. Karena sejatinya iklan kampanye politik yang baik adalah iklan yang dapat mempersuasi audiensnya untuk dapat menjalankan tujuan mereka seperti memilih seorang kandidat politik.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1 Kesimpulan**

Dari penelitian ini peneliti menarik beberapa kesimpulan penerimaan pemilih pemula Generasi Milenial terhadap iklan kampanye politik pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018 di Instagram. Sumber informasi politik pertama mereka adalah keluarga, lingkungan pertemanan, tenaga pengajar (guru dan dosen) , media , dan internet. Media seperti tv, radio, dan koran menjadi sumber informasi politik yang dipercaya. Namun saat ini mereka sudah jarang menonton televisi. Dan mengganti sumber informasi dengan *platform* lain di internet. Tapi tetap memilih rujukan dari media besar yang pada dasarnya adalah satu perusahaan dengan tv, radio, koran *mainstream* . Hal ini disebabkan karena kesadaran Generasi Milenial yang cukup tinggi akan literasi media dan pencegahan hoax seperti pernyataan informan yang telah dijelaskan sebelumnya. Mereka merasa bahwa media besar memiliki kredibilitas dan dapat dipertanggungjawabkan kebenaran beritanya secara hukum. Para pemilih pemula Generasi Milenial memiliki interaksi yang tinggi dengan internet terutama di media sosial. Mereka dapat menghabiskan waktunya lebih dari 2-3 jam per hari di media sosial. Mereka mengenal internet dan media sosial sejak bangku sekolah dasar dan media sosial mereka gunakan untuk berbagi informasi dan menjalin komunikasi antar teman sebayanya. Menurut mereka iklan kampanye politik di media sosial adalah hal yang efisien dan tepat sasaran karena di era ini Generasi Milenial merasa internet menjadi sumber informasi yang cepat, mudah dan murah sehingga dapat mendukung mobilitas penggunaanya.

Simbol agama dapat digunakan sebagai aktualisasi identitas sekaligus strategi dalam mendapatkan dukungan suara. Dalam iklan kampanye politik pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018 di Instagram terdapat beberapa simbol agama yang dimasukkan. Simbol-simbol tersebut juga ditangkap oleh para informan Generasi Milenial. Simbol agama pertama yang paling disadari pertama

kali secara adalah atribut yang dikenakan. Kerudung atau jilbab, peci, dan baju koko adalah tiga hal yang paling sering disebutkan. Penggunaan kerudung menjadi hal yang disoroti seperti penggunaan kerudung Puti Guntur Soekarno Calon Wakil Gubernur Nomor Urut 2. Informan berpendapat bahwa penggunaan kerudung (jika ingin diartikan untuk mewakili Islam maka) harus sesuai ajaran Islam yaitu menutup aurat, tidak memperlihatkan rambut. Selain itu simbol-simbol agama juga dimasukkan dalam ucapan perayaan keagamaan. Simbol yang dimaksud adalah penggunaan gambar-gambar yang berkaitan dengan agama tertentu seperti tempat ibadah, patung Budha, Burung Merpati, dan lainnya. Para informan menilai simbol agama yang ditunjukkan dalam konten iklan kampanye politik tidak melanggar dan sesuai konteks penggunaannya. Mereka merasa ada sedikit rasa keterwakilan dari ucapan perayaan yang dilakukan kandidat Pilgub Jatim 2018.

Selain itu simbol agama yang juga sering digunakan adalah latar belakang para calon. Para informan mengetahui bahwa kedua kandidat berasal dari latar belakang organisasi agama yang sama yaitu Nahdatul Ulama (NU). Selain melakukan orasi di berbagai daerah di Jawa Timur para kandidat melakukan beberapa kegiatan seperti ziarah ke makam tokoh besar, kunjungan Kiai atau guru besar agama Islam (sowan), kunjungan pondok pesantren dan panti asuhan. Dari kegiatan yang mereka tunjukkan dalam iklan kampanye politiknya para informan sepakat bahwa Pilgub Jatim 2018 ini dominan pada satu Agama yaitu Islam. Mereka memahami bahwa mayoritas penduduk Jawa Timur beragama Islam. Namun mereka berharap bahwa para kandidat tersebut juga menampilkan simbol agama seluruhan dan bukan terfokus pada satu agama tertentu. Mereka berharap calon pemimpin nantinya dapat mengawal hak dan kewajiban warga negara dalam memeluk agama seperti perlindungan dan aksi nyata lain yang dilakukan oleh kandidat.

Seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa informan penelitian ini termasuk khalayak aktif. Karena mereka tidak hanya sekedar melihat namun juga memaknai simbol agama yang ada pada iklan kampanye politik. Penelitian *reception analysis* mengkaji secara mendalam proses aktual di mana wacana media diasimilasikan melalui praktik wacana dan budaya khalayaknya. Berdasarkan hipotesis pembacaan teks David Morley dalam *Cultural Transformation: The Politics of Resistance* yang dilandasi pemikiran Stuart Hall, penerimaan khalayak terdapat tiga kategori *Dominant ('hegemonic') reading*, *Negotiated reading*, *Oppositional ('counter hegemonic')*. Dari seluruh informan penelitian ada Informan yang masuk dalam kategori *Dominant (hegemonic)* yaitu Informan Bintoro, di mana Ia mencerna isi iklan kampanye seutuhnya, merasa simbol agama penting, dan mempengaruhi pilihan politiknya. Dan ada yang masuk dalam *Oppositional ('counter hegemonic')* yaitu Informan Yusuf yang merasa simbol agama yang terdapat dalam iklan kampanye politik tidak penting dan hanya dijadikan kedok untuk mendapatkan dukungan suara.

Sedangkan mayoritas penerimaan khalayak terhadap iklan kampanye politik pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018 ini tergolong *Negotiated Reading*. Pembaca (dalam hal ini informan) dalam batas-batas tertentu sejalan dengan simbol yang ditampilkan dan pada dasarnya menerima makna yang disodorkan dan dikehendaki pembuat pesan (dalam hal ini aktor dan tim sukses politikya) namun memodifikasi sedemikian rupa hingga mencerminkan posisi dan minat pribadinya. Informan yang tergolong dalam *Negotiated Reading* adalah Informan Caca, Ayu, Agnes, Zahra, Bobby, Daniel, Vallen, dan Dinda. Saat ditanya bagaimana sikap mereka terkait simbol agama yang ditampilkan pada iklan kampanye politik pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018 di Instagram informan merasa menerima dan menganggap tidak ada hal fatal yang ditampilkan dalam iklan kampanye politik pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018 di Instagram. Mereka merasa semua simbol agama yang ditampilkan sudah sesuai konteks waktu.

Namun, ada beberapa catatan yang diberikan para Informan terkait simbol agama yang ditampilkan. Seperti penggunaan atribut kerudung pada salah satu kandidat yang dirasa kurang mencerminkan Islam karena masih memperlihatkan rambutnya. Informan juga memberikan catatan terkait konten dan porsi simbol agama yang terkesan terlalu berfokus pada agama Islam. Mereka tidak menolak tetapi berharap agar memperdulikan dan menunjukkan keberagaman agama lain juga. Mereka lebih menginginkan para kandidat berperan langsung ke masyarakat dalam mewujudkan kesejahteraan, toleransi, dan perlindungan atas hak beragama daripada hanya sekedar ucapan. Dan mereka juga berharap para kandidat untuk lebih menonjolkan visi-misi dalam membangun Jawa Timur ke depan.

Para informan Generasi Milenial lebih berfokus pada visi misi misi dan latar belakang kandidat (baik pendidikan, karir, politik, dan prestasi). Berdasarkan preferensi iklannya mereka lebih menyukai iklan yang bersifat positif seperti kegiatan yang dilakukan kandidat, orasi bukan yang bersifat hoax atau menjatuhkan pasangan lawan. Informan yang beragama selain Islam berharap kegiatan pasanagan calon juga melibatkan agama-agama lain seperti melakukan dialog bersama atau mendatangi kegiatan berkumpul agama lain untuk menangkap aspirasi. *Branding* pasangan calon adalah hal yang sangat diperlukan dalam membuat iklan kampanye politik agar dapat melekat pada benak audiens. Berdasarkan pretest dan wawancara yang dilakukan penampilan fisik dan jingle adalah hal yang paling melekat dibenak konsumen. Maka penting bagi pembuat konten untuk memilih musik, kata, dan hal apa yang ingin ditunjukkan agar dapat diingat dan dipilih tentunya harus disesuaikan dengan keadaan dan ekspektasi dari target audiensnya. Para informan penelitian sepakat bahwa dalam iklan kampanye politik Pilgub Jatim 2018 terselenggara dengan damai dan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

## **4.2 Saran**

### **4.2.1 Saran untuk Peneliti Berikutnya**

Subjek pada penelitian ini merupakan Generasi Milenial kelahiran 1997-2000. Penelitian berikutnya dapat melakukan penelitian pada tingkat Generasi Milenial awal (kelahiran tahun 1982-1987an) dan atau Generasi Milenial akhir (2001-2005an). Agar dapat mengetahui penerimaan pemilih Generasi Milenial secara menyeluruh. Selain itu penelitian ini dilakukan di Surabaya dengan jangkauan terkait pemilihan di Jawa Timur. Penelitian berikutnya dapat mengambil data yang lebih luas seperti secara nasional di beberapa titik di Indoensia untuk mendapatkan hasil yang lebih kaya lagi.

### **4.2.2 Saran untuk Aktor dan Tim Sukses Pemenangan**

Sebaiknya para aktor dan Tim Sukses Pemenangan lebih berfokus pada pembuatan konten iklan kampanye politik yang menampilkan kegiatan dan visi-misi dibandingkan simbol agama karena para Generasi Milenial tidak terlalu mempermasalahkan simbol agama. Mereka lebih fokus pada visi-misi dan rekam jejak karir calon sebelumnya. Jika ingin melakukan pendekatan dengan agama juga perlu mempertimbangkan pendekatan pada agama minoritas juga. Bisa dengan melakukan kunjungan dan juga diskusi terkait keberagaman yang terjadi di daerah tersebut. Sehingga dapat mendapat dukungan suara yang maksimal.

### **4.2.3 Saran untuk Pemilih Generasi Milenial**

Pemilih pemula diharapkan dapat lebih cerdas dalam menentukan pilihan dalam pemilihan berikutnya. Mengingat besarnya suara pemilih pemula dalam pemilihan beberapa waktu mendatang. Tidak hanya pemilihan Presiden dan Legislatif. Beberapa tahun ke depan suara pemilih Generasi Milenial yang akan mendominasi suara. Pemilih pemula juga diharapkan tidak mudah terprovokasi terhadap simbol agama yang ditampilkan di dalam iklan kampanye politik atau peberitaan politik. Pemilih pemula diharapkan lebih waspada terhadap hoax dan mencari sumber berita yang terpercaya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran Terjemahan. 2015. Departemen Agama RI. Bandung: CV Darus Sunnah.
- Adi, T. N. (2012). Mengkaji Khalayak Media dengan Metode Penelitian Resepsi. *Acta Diurna Vol.8 No.1*, 26-30.
- Adib, M. (2010). *Filsafat Ilmu Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, dan Logika Ilmu Pengetahuan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ahadi, D., & Yohana, N. (2007). Konstruksi Hijab Sebagai Simbol Keislaman. *Mediator Volume 8 Nomor 2*, 235-248.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Badan Pemeriksa Keuangan Perwakilan Prov. Jatim. (t.thn.). Dipetik Maret 13, 2018, dari [http://surabaya.bpk.go.id/?page\\_id=8827](http://surabaya.bpk.go.id/?page_id=8827)
- Bakhtiar, A. (2007). *Filsafat Agama*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persad.
- BBC.com. (2016, Desember 2). Dipetik April 18, 2018, dari <http://www.bbc.com/indonesia/indonesia-38178840>
- Brader, T. (2005). Striking a Responsive Chord:How Political Ads Motivate and Persuade Voters by Appealing to Emotions. *American Journal of Political Science Vol.49 No.2 April*, 388-405.
- Danial, A. (2009). *Iklan Politik TV*. Yogyakarta: PT LKis Printing Cemerlang.
- Detik. (2017, Desember 5). Dipetik April 10, 2018, dari <https://news.detik.com/kolom/d-3755077/milenial-politik-dan-media-sosial>
- Detik. (2018, Maret 2). *News Detik*. Dipetik Maret 6, 2018, dari <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-3895225/jumlah-pemilih-pemula-di-pilgub-jatim-masih-1863770>
- Detik.com. (2017, Desember 5). Dipetik April 10, 2018, dari <https://news.detik.com/kolom/d-3755077/milenial-politik-dan-media-sosial>
- Detik.com. (2018). Retrieved Oktober 28, 2018, from <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-3867286/kpu-trenggalek-keluhkan-alat-peraga-kampanye-belum-siap>
- Dijk, K. v. (1997, Januari 12). Sarongs, Jubbahs, and Trousers. Dalam H. S. Nordholt, *Outward Appearances Dressing State & Society in Indonesia* (hal. 39-70). Netherlands: KITLV Press Leiden.
- Facebok Khofifah Emil Jatim. (2018). Retrieved Oktober 28, 2018, from <https://www.facebook.com/khofifahemiljatim/>
- Good News from Indonesia. (2018). Retrieved April 10, 2018, from <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2018/02/06/inilah-perkembangan-digital-indonesia-tahun-2018>
- GoodNewsfromIndonesia.id. (2018). Dipetik April 10, 2018, dari <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2018/02/06/inilah-perkembangan-digital-indonesia-tahun-2018>
- Hall, S. (1980). Encoding /Decoding. Dalam S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis, *Culture, Media, Language* (hal. 123). London: Academic Division of Unwin Hyman Ltd.
- Howe, N., & Strauss, W. (2007). The Next 20 Years: How Customer and Workforce Attitudes Will Evolve. *Harvard Business Review* , 41-52.
- Ida, R. (2014). *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: Prenada Media Group.

- IDNTimes.com. (2018, April 3). Dipetik April 18, 2018, dari <https://news.idntimes.com/indonesia/teatrika/puisi-sukmawati-soekarnoputri-bikin-heboh-teks-lengkap-1/full>
- Instagram. (2018). Dipetik April 18, 2018, dari <https://www.instagram.com/explore/tags/sukmawatisoekarnoputri/>
- Instagram Emil Dardak. (2018). Dipetik Oktober 28, 2018, dari [Instagram.com/emildardak](https://www.instagram.com/emildardak)
- Instagram Khofifah I.P. (2018). Retrieved Oktober 28, 2018, from [instagram.com/khofifah.ip](https://www.instagram.com/khofifah.ip)
- Instagram KhofifahEmilJatim. (2018). Dipetik Oktober 28, 2018, dari [Instagram.com/KhofifahEmilJatim](https://www.instagram.com/KhofifahEmilJatim)
- Instagram Liputan6. (t.thn.). Dipetik April 16, 2018, dari [instagram.com/liputan6](https://www.instagram.com/liputan6)
- Instagram Puti Guntrur Soekarno. (2018). Dipetik Oktober 28, 2018, dari [instagram.com/puti\\_soekarno](https://www.instagram.com/puti_soekarno)
- Instagram Saifullah Yusuf. (2018). Retrieved Oktober 28, 2018, from [instagram.com/gusipul\\_id](https://www.instagram.com/gusipul_id)
- Instagram, Inc. (2018). Dipetik April 10, 2018, dari <https://help.instagram.com/424737657584573?helpref=search&sr=2&query=apa%20itu%20instagram>
- Jatimsedulur.com. (2018). Retrieved November 2, 2018, from [jatimsedulur.com](http://jatimsedulur.com)
- Jatimsedulur.com. (2018). Retrieved November 2, 2018, from [jatimsedulur.com](http://jatimsedulur.com)
- Jatimsedulurmakmur.com. (2018). Retrieved Oktober 25, 2018, from <https://jatimsedulurmakmur.com/dahsyat-program-pendidikan-gratis-gus-ipul-puti-dipuji-banyak-kepala-daerah/>
- Jatimsedulurmakmur.com. (2018). Retrieved Oktober 25, 2018, from <https://jatimsedulurmakmur.com/dahsyat-program-pendidikan-gratis-gus-ipul-puti-dipuji-banyak-kepala-daerah/>
- Jawapos.com. (2018, Juni 19). Retrieved Oktober 28, 2018, from <https://www.jawapos.com/nasional/pemilihan/19/06/2018/gus-ipul-anak-mudajangan-terlena-dampak-negatif-teknologi-digital>
- Jawapos.com. (2018, Juni 19). Retrieved Oktober 28, 2018, from <https://www.jawapos.com/nasional/pemilihan/19/06/2018/gus-ipul-anak-mudajangan-terlena-dampak-negatif-teknologi-digital>
- Kaltim.tribunnews.com. (2018, Januari 6). *NU Pecah, Siapakah yang Berhasil Memenangkan Kaum Sarungan dan Abangan di Pilgub Jatim?* Dipetik Mei 20, 2019, dari <http://kaltim.tribunnews.com/2018/01/06/nu-pecah-siapakah-yang-berhasil-memenangkan-kaum-sarungan-dan-abangan-di-pilgub-jatim?page=2>
- Kbbi.kemdikbud.go.id. (t.thn.). Dipetik April 17, 2019, dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/hipotesis>
- Kemkominfo. (2013, November 7). *Kominfo : Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang*. Dipetik Maret 15, 2018, dari [https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita\\_satker](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker)
- Kemkominfo. (2013, November 7). *Kominfo : Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang*. Retrieved Maret 15, 2018, from [https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita\\_satker](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker)
- Khofifahemil.id. (2018). Dipetik Oktober 27, 2018, dari [khofifahemil.id](http://khofifahemil.id)
- Khofifahemil.id. (2018). Dipetik Oktober 27, 2018, dari [khofifahemil.id](http://khofifahemil.id)



- KPU. (2017). Dipetik Maret 7, 2018, dari <http://www.kpu-kuduskab.go.id/pkpu-nomor-2-tahun-2017-tentang-pemutakhiran-data-dan-penyusunan-daftar-pemilih-dalam-pemilihan-gubernur-dan-wakil-gubernur-bupati-dan-wakil-bupati-dan-atau-walikota-dan-wakil-walikota/>
- KPU Kota Batu. (2018). Retrieved Oktober 28, 2018, from <https://kpu-kotabatu.go.id/kpu-kota-batu-adakan-persetujuan-bersama-desain-apk-dalam-pilgub-jatim-2018-tingkat-kota-batu/>
- KPU RI. (2017). *Peraturan KPU RI No. 4 Tahun 2017 Tentang Kampanye Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Walikota dan Wakil Wali Kota*. Jakarta: KPU RI.
- Kumparan.com. (2018). Retrieved Oktober 28, 2018, from <https://kumparan.com/@kumparannews/9-program-khofifah-emil-dalam-nawa-bhakti-satya>
- Kumparan.com. (2018). Retrieved Oktober 28, 2018, from <https://kumparan.com/@kumparannews/9-program-khofifah-emil-dalam-nawa-bhakti-satya>
- Kumparan.com. (2018, Juni 24). *Kumparan.com*. Dipetik Oktober 26, 2018, dari <https://kumparan.com/@kumparannews/kampanye-berakhir-pilkada-serentak-memasuki-masa-tenang-24-26-juni>
- Kurniawan, A. (2015). PENDIDIKAN KARAKTER DI PONDOK PESANTREN DALAM MENJAWAB KRISIS SOSIAL . *Edueksos : Jurnal Pendidikan Sosial & Ekonomi Vol 4, No 2*, 1-19.
- Leni, N. (2012). DEMOKRASI DAN BUDAYA POLITIK LOKAL DI JAWA TIMUR MENURUT R. ZUHRO, DKK. . *Jurnal TAPIS Vol.8 No.1 Januari-Juni*, 20-39.
- Liputan 6. (2018, Januari 12). Dipetik Maret 7, 2018, dari <http://news.liputan6.com/read/3223177/serba-serbi-pilkada-serentak-2018>
- Liputan6.com. (2018, Januari 12). Dipetik Maret 7, 2018, dari <http://news.liputan6.com/read/3223177/serba-serbi-pilkada-serentak-2018>
- Livingstone, S. (1998 ). *Relationships between media and audiences: Prospects for audience reception studies*. London: LSE Research Online.
- Mayfield, A. (2008). *what is social media?* United Kingdom: icrossing.
- Merdeka.com. (2014). Dipetik Mei 7, 2018, dari <https://www.merdeka.com/politik/ini-tingkat-partisipasi-pemilih-dari-pemilu-1955-2014.html>
- Metro Tv. (2017, Maret 30). *Buletin Pilkada Metro Tv: Politik Simbol di Putaran Kedua Pilgub DKI Jakarta 2017*. Dipetik Mei 5, 2019, dari <https://video.medcom.id/metro-news/9K57Zg3b-pengamat-simbol-agama-jadi-lebih-penting-di-putaran-kedua-pilgub-dki>
- Morissan, M. (2017). *METODE PENELITIAN SURVEI*. Jakarta: Kencana.
- Morley, D. (1993). Active Audience Theory: Pendulums and Pitfalls . *Journal of Communication, Autumn*, 13-19.
- Mulyana, D. (2002). *Metode Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2009). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muttaqin, Z. (2014). *URGENSI PENDIDIKAN AGAMA PADA ANAK USIA 6-12 TAHUN DALAM PEMBENTUKAN AKHLAK MENURUT PROF. DR. ZAKIAH DARADJAT* . Semarang: SKRIPSI INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO .
- Nareswari, P. P. (2013). *Kecenderungan Penggunaan Simbol Agama dalam Iklan Politik (Studi Analisis Isi Perbandingan Kecenderungan Penggunaan Simbol-simbol*

- Agama dalam Iklan Televisi Partai Politik Partai Nasional Demokrat dan Gerindra*). Yogyakarta.
- Nasional.Kompas.com. (2014). Dipetik Mei 7, 2018, dari <https://nasional.kompas.com/read/2014/07/23/16270771/Ternyata.Tingkat.Partisi.pasi.dalam.Pilpres.Menurun.Dibandingkan.Pileg>.
- Nasional.Kompas.com. (2014). Dipetik Mei 7, 2018, dari <https://nasional.kompas.com/read/2014/04/08/1946582/Antusiasme.Pemilih.Muda>
- Nasional.Kompas.com. (2018). Dipetik Juni 7, 2018, dari <https://nasional.kompas.com/read/2018/04/03/17423881/swing-voters-jadi-penentu-nasib-khofifah-dan-gus-ipul-di-pilkada-jatim?page=all>
- Nordholt, H. S. (2002). *Kriminalitas, Modernitas, dan Identitas dalam Sejarah Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Perangin-angin, L. K., & Zainal, M. (2018). Partisipasi Politik Pemilih Pemula dalam Bingkai Jejaring Sosial di Media Sosial. *Jurnal ASPIKOM, Volume 3 Nomor 4, Januari*, 737-754.
- Priandono, T. E. (2016). *Komunikasi Keberagaman*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Putra, Y. S. (2016). THEORITICAL REVIEW : TEORI PERBEDAAN GENERASI . *Among Makarti Vol.9 No.18, Desember*, 123-134.
- Renciansya. (2015). *PERILAKU PEMILIH PEMULA DALAM PEMILIHAN UMUM (Studi Kasus Pemilih Pemula di Kecamatan Siantan Tengah Kabupaten Anambas Tahun 2014)*. Tanjung Pinang.
- Severin, W. J., & Tankard, Jr, J. W. (1997). *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media 4th Edition*. New York: Longman Publisher.
- Soegijono, K. (1993). Wawancara Sebagai Salah Satu Metode Pengumpulan Data. *Media Litbangkes Vol III No. 01*, 17-21.
- Subakti, R. (2010). *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Syukriah, A. (2003). *Reception Analysis Pemirsa Surabaya terhadap Iklan Deterjen Surf Versi Cium Tangan di Media Televisi*. Surabaya.
- Tedesco, J. C. (2004). Changing the Channel: Use of the Internet for Communicating About Politics. In L. L. Kaid, *HANDBOOK OF POLITICAL COMMUNICATION RESEARCH* (pp. 507-532). London: LAWRENCE ERLBAUM ASSOCIATES, PUBLISHERS.
- Tempo.co. (2018, April 11). Dipetik April 18, 2018, dari <https://nasional.tempo.co/read/1078518/pembacaan-puisi-gus-mus-dinilai-untungkan-ganjar-pranowo>
- Tinarbuko, S. (2009). *Iklan Politik dalam Realitas Media*. Bandung: Jalasutra.
- Triastari, D. (2011). *Persepsi Iklan Politik pada Pemilih Pemula (Studi Deskriptif Kualitatif Persepsi Pemilih Pemula Terhadap Iklan Politik Kampanye Pasangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Pada Pemilu 2009 di Media Televisi)*. Surakarta: Skripsi Universitas Sebelas Maret.
- Viva.co.id. (2018). Dipetik Oktobe 26, 2018, dari <https://www.viva.co.id/siapa/read/635-emil-dardak>
- Viva.co.id. (2018). Retrieved Oktober 26, 2018, from <https://www.viva.co.id/siapa/read/750-puti-guntur-soekarno>
- viva.co.id. (2018). Dipetik Oktober 26, 2018, dari <https://www.viva.co.id/siapa/read/224-dra-khofifah-endar-parawansa>
- Viva.co.id. (2018). Dipetik Okober 26, 2018, dari <https://www.viva.co.id/siapa/read/587-saifullah-yusuf>

- Viva.co.id. (2018). Dipetik Oktober 26, 2018, dari <https://www.viva.co.id/siapa/read/224-dra-khofifah-indar-parawansa>
- Viva.co.id. (2018). Dipetik Oktober 26, 2018, dari <https://www.viva.co.id/siapa/read/587-saifullah-yusuf>
- Viva.co.id. (2018). Retrieved Oktober 26, 2018, from <https://www.viva.co.id/siapa/read/750-puti-guntur-soekarno>
- Viva.co.id. (2018). Dipetik Oktober 26, 2018, dari <https://www.viva.co.id/siapa/read/635-emil-dardak>
- Wahab, M. H. (2011). Simbol-Symbol Agama. *Jurnal Substantia, Vol 12, No. 1, April*, 78-84.
- WartaKota.Tribunnews.com. (2018, Oktober 20). *Warta Kota Tribun News*. Retrieved Mei 21, 2019, from <http://wartakota.tribunnews.com/2018/10/20/survei-alvara-70-persen-millennial-apatis-politik>
- Youtube/Liputan6. (2018, April 6). Dipetik April 15, 2018, dari <https://www.youtube.com/watch?v=0t94D-xm5zw>
- Yuningsih, N. I., & Warsono . (2014). Partisipasi Politik Remaja (Pemilih Pemula) pada Pemilukada Mojokerto Tahun 2010 di Desa Sumber Tanggul Kecamatan Mojosari Kabupaten Mojokerto. *Kajian Moral dan Kewarganegaraan Nomor 2 Volume 1*, 16-30.
- Zulganef. (2008). *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

## LAMPIRAN

## A. Matriks Sumber Sumber Informasi Politik Informan

Informan	Sumber Informasi Politik	Keterangan
Caca (I1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Orang tua</li> <li>▪ Sosial media</li> <li>▪ Media konvensional (Televisi Radio)</li> </ul>	<p>Pernyataan informan Caca pada wawancara 9 Juni 2018 :</p> <p>“(sumber informasi politik pertama adalah) Orang tua, soalnya orang tua itu apa ya kek fokusnya itu juga ke politik juga”</p> <p>“(Sumber iklan politik di media sosial yang diketahui selain dari Youtube) Instagram, Twitter... Kalau yang Instagram itu kegiatan politik.. kegiatan kampanyenya... (Sedangkan) Twitter itu kayak <i>update</i> kalau habis dari mana terus dia <i>update</i> kayak gitu”</p> <p>“Cuma sosial media sih (sumber utama saat ini untuk akses berita politik)”</p> <p>“(Pengaruh televisi) Untuk memberi informasi sih. ”</p> <p>“(Urutan sumber informasi politik informan) Orang tua sama media sosial, soalnya jarang juga akhir-akhir ini juga jarang ke media konvensional kayak tadi radio sama tv gitu”</p>
Yusuf (I2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Orang tua</li> <li>▪ Media sosial</li> <li>▪ Media konvensional</li> <li>▪ Teman dan organisasi</li> </ul>	<p>Pernyataan informan Yusuf pada wawancara 9 Juni 2018:</p> <p>“Kenal politik sebenarnya dari kecil ya. Karena dulu emang ayah basicnya di hukum dan juga sekeliling ayah juga terjun di dunia politik jadinya hal itu membuat saya penasaran gitu... Ibu (memberi informasi politik) lebih pengamat sih”</p> <p>“(Melihat iklan dan berita politik di Instagram) Karena ada <i>disearch</i> sih jadinya masuk <i>explore</i> akhirnya tertarik yaudah coba <i>scroll-scroll</i>”</p>

Informan	Sumber Informasi Politik	Keterangan
Yusuf (I2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Orang tua</li> <li>▪ Media sosial</li> <li>▪ Media konvensional</li> <li>▪ Teman dan organisasi</li> </ul>	<p>“Kalo dulu saya itu ngikutin Trio Macan. Trio Macan 2000 atau ronin Twitter dulujadi dia itu nge-<i>blow up</i> hal-hal negatif dari suatu paslon atau hal negatifnya politik di Indonesia. Jadi dulu itu ada isu-isu yang katanya Pak Jokowi ada PKI nyapernah ke Cina terus dia ke makamnya politikus Cina yang notabene dia itukomunis. Yaudah gitu-gitu”</p> <p>“Bisa jadi kita <i>screenshot</i>(informasi) terus kita kirim di grup (teman atau organisasi). Karna emang saya ada grup. Terus kalo lagi di kampus ya langsung diskusi gitu”</p> <p>“(Media acuan informan) Kalo menurut saya sih Indonesia itu terbagi atas dua media. Yaitu Tv One dan metro Tv. Itu dua kubu yang saling beda banget. Di satu sisi Metro Tv lebih pro pada pemerintahan satu sisi Tv One lebih kontra ke pemerintahan.”</p>
Ayu (I3)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Orang tua</li> <li>▪ Sosial media</li> <li>▪ Internet</li> <li>▪ Tenaga pengajar</li> <li>▪ Teman</li> </ul>	<p>Pernyataan informan Ayu pada wawancara 8 Juni 2018:</p> <p>“(sumber informasi politik informan) Ya orang tua, ya guru, temen-temen ya mungkin kuliah gini ya dosen kayak gitu sih”</p> <p>“Biasanya (akses infomrasi dan berita politik) sering sih Instagram, Line Today sama... Kalau Line Today tuh lebih ke biasanya menyebar-nyebar sih. Kalau di internet tuh biasanya kayak di Line Today atau misalnya dari Instagram terus kan Instagram kan nggak seberapa banyak yang mereka tulisin jadi aku cari ke internet kayak gitu sih. ”</p> <p>“Ee...biasanya kan ada waktu sekolah tuh kayak PKN kayak gitu-gitu. Jadi kadang materinya pun membahas tentang politik dan itu sama beliau-beliau dijelaskan kayak gini-gini”</p>

Informan	Sumber Informasi Politik	Keterangan
Ayu (I3)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Orang tua</li> <li>▪ Sosial media</li> <li>▪ Internet</li> <li>▪ Tenaga pengajar</li> <li>▪ Teman</li> </ul>	<p>“Eee... waktu itu dosennya itu sempet bahas (politik) kayak aku lupa, aku tuh selalu lupa nama orang jadi beliau tuh kayak bahas ‘saya dulu tuh pernah kayak gini gini gini terus ketemu orang ini ini ini atau misalnya ketika ooo itu waktu dulu tuh ada waktu zaman-zamannya pilkada atau pemilu....”</p> <p>“Eee... kalau aku (mendapat informasi atau berita politik) lebih ya nyaring dulu sih misal nya denger terus masak sih gitu atau nggak kayak gitu. Terus misalnya kalau aku ragu-ragu baru aku diskusiin gitu ke orang-orang lain, entah orang tua atau temen atau ....”</p>
Agnes (I4)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Keluarga</li> <li>▪ Media sosial</li> <li>▪ Teman</li> </ul>	<p>Pernyataan informan Agnes pada wawancara 8 Juni 2018:</p> <p>“Kalau cuma sebatas tahu (mendapat informasi politik pertama kali) mungkin dari kecil kali ya. Dulu kan kita kayak serumah sama kakaknya ibuku gitu. Lha manggilnya Pak Puh, Pak Puh ku tuh suka banget nonton berita gitu loh. Jadi kayak pas ngobrol sama bapakku kan aku denger...”</p> <p>“Karena <i>follow</i> jadi mungkin kalau ketemu di beranda aja sih, tapi nggak kayak yang <i>searching</i> gitu nggak.”</p> <p>“Kalau nggak salah itu muncul di pencarian di Instagram. Mungkin dia lagi banyak yang ngakses kali ya”</p> <p>“Mungkin temen sih ya... Mungkin (mulai bahas informasi atau berita politik saat) SMA akhir-akhir... Ya apa yaa... sebenarnya kita nggak bahas sih. Cuma karena ada masalah aja. Jadi kayak... secara nggak langsung ngobrol aja jadi kesitu (membahas politik) gitu. ”</p>

Informan	Sumber Informasi Politik	Keterangan
Zahra (I5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Orang tua</li> <li>▪ Televisi</li> <li>▪ Media sosial Youtube</li> </ul>	<p>Pernyataan informan Zahra pada wawancara 6 Juni 2018:</p> <p>“Pertamanya dari mama sih, terus baru mata kuliah ini... Ee kalau diskusi (informasi atau berita politik) sama temen-temen jarang, tapi mungkin sama orang tua mungkin sering”</p> <p>“Ngenalinnya itu kayak ee pertamanya itu kayak di TV itu suka disetelin yang politik-politik, diceritain gini-gini gitu”</p> <p>“E..kalau buka Instagram biasanya lihat yang ada di <i>feed</i> aja sih”</p> <p>“Kalau menurut saya pengaruh banget ya karena kan sekarang itu orang-orang pakai sosmed semua kebanyakan, sekarang kan zaman juga udah digital gitu, malahan sekarang itu udah jarang yang lihat tv, sekarang itu seringnya lihat sosmed sama You tube. Jadi penting dan sangat berpengaruh sekali iklan kampanye ini masuk sosmed-sosmed tersebut gitu”</p>
Bobby (I6)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Keluarga</li> <li>▪ Televisi</li> <li>▪ Teman, kakak tingkat, dan organisasi</li> <li>▪ Media sosial</li> <li>▪ Internet</li> </ul>	<p>Pernyataan informan Bobby pada wawancara 11 Juni 2018:</p> <p>“...Ehmm mungkin yang mengenalkan aku politik waktu dulu itu almarhum kakek. Jadi, dulu itu sering waktu nongkrong di luar rumah itu sama tetangga bicarain tentang ya kebijakan-kebijakannya pemerintah kayak gitu. Tapi aku nggak seberapa tertarik sih masih maksudnya cuman dengerin aja.</p> <p>“Aku ngerti politik itu dari berita-berita TV”</p> <p>“Iya terus televisi soalnya aku dulu suka nonton televisi sih pas SMP itu terus sering baca TV ONE sejak kehadiran TV ONE ini mungkin aku sering baca-baca berita politik”</p> <p>“Diskusi, ee siapa ya, kalo yang ngajakdiskusi (informasi atau berita politik) kakak tingkat anak Komunikasi juga, Luky, ya Luky, kan satu organisasi juga jadi diajak diskusi.”</p>

Informan	Sumber Informasi Politik	Keterangan
Bobby (I6)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Keluarga</li> <li>▪ Televisi</li> <li>▪ Teman, kakak tingkat, dan organisasi</li> <li>▪ Media sosial</li> <li>▪ Internet</li> </ul>	<p>“Lha itu, kalau diskusi-diskusi itu biasanya dari HIMA aku juga ngadain sih. Terus kalau ada diskusi lain ya mungkin seperti ada undangan dari luar atau apa, mungkin dari UNESA kemarin ada undangan, terus ee dari BARA FISIP juga pernah ikut dulu”</p> <p>“Kalau seberapa sering mungkin nggak setiap hari mbak ya, cuman kalau ada <i>event-event</i> apa gitu aku ngikuti, terus kalau buka di <i>explore</i>(Instagram) kan banyak, temen-temenku kan juga banyak yang, terus di <i>explore</i>(Instagram) itu kan misal kalau temenku <i>ngelike</i> ini kan muncul. Jadi nggak, nggak jarang gitu lho muncul Gus Ipul”</p> <p>“Oh bukan iklan, <i>hashtag</i> ya itu, mungkin kalo iklan yang “kابه sedulur kابه makmur”. Itu iklannya banyak, mbaknya kalo nyari di internet banyak juga. Ada yang ee kayak Dilan itu, gitu-gitu banyak, aku suka sih maksudnya kreatif”</p>
Daniel (I7)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Keluarga</li> <li>▪ Media sosial</li> <li>▪ Teman organisasi keagamaan</li> </ul>	<p>Pernyataan informan Daniel pada wawancara 11 Juni 2018:</p> <p>“Ee... kalo ditanya politik sih, SMA kayake. Kebanyakan kan SMA juga waktunya aku milih pertama kali, jadinya aku disuruh mamaku untuk pengen tau gitu, waktu itu kan pertama kali itu wali kota. Itu kan aku disuruh mamaku untuk ingin tau, ini pasangannya siapa, terus... agak lupa sih waktu itu. Jadi emang disuruh gali lebih tau, lebih dalam gitu. Itu sih.”</p> <p>“Tau akunya dari <i>feed</i> sih, dari <i>feed</i> Instagram itu dia muncul kan, kan sering juga muncul di <i>feed</i>, terus kok bagus. Yaudah saya ikutin.”</p> <p>“(Membahas informasi politik, tentang berita politik Ahok dalam pilkada Jakarta)...Itu banyak diceritain di komunitas gerajaku. Temen-temen gerejaku juga banyak ceritain, jadi bisa dikatakan itu cukup <i>memorable</i> sih kalo menurutku sendiri, tapi kalo di Surabaya sih kayanya aku jarang sih denger-denger.”</p>



Informan	Sumber Informasi Politik	Keterangan
Vallen (I8)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Keluarga</li> <li>▪ Televisi</li> <li>▪ Radio</li> <li>▪ Media sosial</li> <li>▪ Teman sebaya</li> </ul>	<p>Pernyataan informan Vallen pada wawancara 13 Juni 2018:</p> <p>“Dulu kecil jarang, Cuma kalau pas SMP itu kebetulan papa saya kan hukum jadi dia sering lihat di tv, terus saya juga lihat. Terus mulai tahu tokoh-tokoh yang politik itu, saya lihat terus papa cerita-cerita. Oiya ternyata lumayan seru politik. Cuman katanya ya gitu lah pokoknya”</p> <p>“Ee yang cerita politik... apa ya, biasanya kalo liat TV kan, ya kan banyak tokoh-tokoh gitu. Kan papah saya suka ngikutin suka ngomong, “Oh, iya ini orangnya kaya gini-gini...” Cuma sekedar gitu aja sih. Oh iya gini-gini, cuma sekedar tau aja. terus biasanya kalo di TV ya biasanya yang dia omongin di TV A, terus di TV lain ngomong B, lhoo kok gini ya? ya saya cuman sekedar gitu aja sih”</p> <p>“(Orang yang memberikan informasi politik kepada informan) Ee nggak ada. Soalnya, di keluarga sendiri saya kan cuman berempat, saya, papah, mamah, adek. Mamah nggak terlalungikuti itu, adek juga apalagi kan, sebatas cuman papah aja. Terus di radio juga, ya cuman gitu aja.”</p> <p>“Nonton tv, terus cerita-cerita gitu”</p> <p>“Dulu tv, sama siaran-siaran kayak Indonesia Lawyers Club itu saya pernah lihat. Terus Facebook itu juga kadang-kadang kalau lagi bosan ya lihat-lihat, sama Instagram sih yang terakhir-terakhir ini”</p> <p>“Emm saya lumayan jarang. Dulu waktu SMP itu ada temen yang dia penggemarnya Jokowi, jadi waktu Jokowi mau jadi Gubernur itu dia wes kayak gembor-gembor gitu lah, jadi saya agak tertarik. Cuma dulu itu saya kan belum bisa milih. jadi ya Cuma sekedar liat gitu aja (sekedar mendapat informasi politik).”</p>

Informan	Sumber Informasi Politik	Keterangan
Bintoro (I9)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Keluarga</li> <li>▪ Televisi</li> <li>▪ Media sosial</li> </ul>	<p>Pernyataan informan Bintoro pada wawancara 22 Juni 2018:</p> <p>“Sebenarnya nggak pernah nanya-nanya sih, cuman pas kalo lagi sama orang tua terus liat TV ada tentang politik gitu baru orang tua kalo ada yang nggak disuka secara spontan tuh bilang, “<i>Halah ngono-ngono tok ujunge ngene</i>”. Kalo orang tua bilang gitu baru saya mulai nanya “Loh maksudnya gimana? Oh gini-gini,” gitu sih.”</p> <p>“Kalo liat pertama kali mungkin waktu di IG ya, di IG kan sering di pencarian itu nggak sengaja keluar semua.”</p>
Dinda (I10)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Keluarga</li> <li>▪ Media sosial</li> <li>▪ Teman</li> </ul>	<p>Pernyataan informan Dinda pada wawancara 22 Juni 2018:</p> <p>“Pastinya itu orang tua yaa pastinya kayak tiap tahun kan kita ada kayak yang namanya apa sih milih itu namanya apa Mbak? (pemilu, orang tua memberikan informasi tentang pemilu politik)”</p> <p>“Eee kalau orang tua sih kayak juga mungkin dapat informasi (tentang kandidat atau aktor politik).”</p> <p>“Yaa itu dari visi misinya mereka. Kan mereka kalo nggak salah di Instagram masing-masing tapi kedua paslon bukan akun pribadi masing-masing itu tu mereka apasih namanya ngasih itu loh kayak gambaran untuk misi kita ini loo nanti ketika kita terpilih gitu. Di masing-masing Instagramnya pasti ada kayak mereka tu membut meme-meme buat dirinya sendiri tentang misi-misinya mereka gitu”</p>

Informan	Sumber Informasi Politik	Keterangan
Dinda (I10)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Keluarga</li> <li>▪ Media sosial</li> <li>▪ Teman</li> </ul>	<p>“Kalo <i>sharing</i>(informasi dan berita politik yang terjadi) sama temen itu mulainya kuliah heehhh kalo kuliah itu kan mungkin karna itu yaa mungkin fakultas nya komunikasi itu di Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum yaa. Jadi kayak jiwa sosialnya itu lebih tinggi gitu lo, akhirnya mereka itu membahas tentang adanya area- area politik obrolan politik jadi untuk bahas- bahas pemerintah ke depannya itu ada gitu loohh”</p> <p>“Nggak pernah kayaknya, kecuali di mungkin di Line di timeline Line mungkin kayak di <i>jokes</i> politik itu lo. Itu kan aku sempet ada salah satu OA Line yang tak <i>add</i> tentang politik-politik indonesia itu. Mungkin disitu, tapi lebih banyak kayak perdebatannya pemerintahan bukan soal kayak pilgub kayak gitu”</p>

## B. Pretest Wawancara Informan

### 1. Informan Caca

#### MEDIA HABIT INFORMAN

1. Berapa lama Anda mengakses Instagram dalam sehari ?

3-4 jam sehari

2. Kapan biasanya Anda mengakses Instagram ?

di waktu luang

3. Dengan siapa Anda mengakses Instagram ?

sendiri

4. Apa itu iklan kampanye? Iklan kampanye apa yang anda ingat?

Mengapa itu menarik?

Media yg digunakan untuk menjalankan seluruh urusan masyarakat untuk

melalui paslon calon. menarik karena bisa diterima oleh generasi mlm

5. Apakah Anda mengetahui apa itu iklan kampanye politik di media sosial ?

ya

6. Apakah Anda suka / sering menonton iklan kampanye politik di Instagram ?

tidak

7. Kampanye politik seperti apa yang biasanya Anda tonton di Instagram?

(Pendapat Paslon, Orasi Paslon, Jingle Paslon, Kegiatan Kampanye Paslon, dll)

Desat paslon & kegiatan kampanye

## 2. Informan Yusuf

### MEDIA HABIT INFORMAN

1. Berapa lama Anda mengakses Instagram dalam sehari ?

2 Jam

2. Kapan biasanya Anda mengakses Instagram ?

Sore hari

3. Dengan siapa Anda mengakses Instagram ?

Sendiri

4. Apa itu iklan kampanye? Iklan kampanye apa yang anda ingat?  
Mengapa itu menarik?

Suatu cara dalam mempromosikan visi misi paslon

5. Apakah Anda mengetahui apa itu iklan kampanye politik di media sosial ?

Ya

6. Apakah Anda suka / sering menonton iklan kampanye politik di Instagram ?

Iya

7. Kampanye politik seperti apa yang biasanya Anda tonton di Instagram?

(Pendapat Paslon, Orasi Paslon, Jingle Paslon, Kegiatan Kampanye Paslon,dll)

Kegiatan kampanye paslon

### 3. Informan Ayu

#### MEDIA HABIT INFORMAN

1. Berapa lama Anda mengakses Instagram dalam sehari?

Tidak tentu. Kadang-kadang sekitar 5-6 jam (total)

2. Kapan biasanya Anda mengakses Instagram?

Di saat senggang / tidak ada kegiatan, sebelum tidur

3. Dengan siapa Anda mengakses Instagram?

Sendirian

4. Apa itu iklan kampanye? Iklan kampanye apa yang anda ingat?

Mengapa itu menarik? Iklan kampanye: iklan yang menampilkan kegiatan-kegiatan selama kampanye. Penjuragan-kunjungan ke berbagai tempat / lingkungan masyarakat. Karena paling banyak dilakukan.

5. Apakah Anda mengetahui apa itu iklan kampanye politik di media sosial?

Iklan kampanye yang dilakukan dan diunggah di media sosial

6. Apakah Anda suka / sering menonton iklan kampanye politik di Instagram?

Jarang

7. Kampanye politik seperti apa yang biasanya Anda tonton di Instagram?

(Pendapat Paslon, Orasi Paslon, Jingle Paslon, Kegiatan Kampanye Paslon,dll)

Kegiatan kampanye

## 4. Informan Agnes

## MEDIA HABIT INFORMAN

1. Berapa lama Anda mengakses Instagram dalam sehari ?

± 1<sup>2</sup> jam

2. Kapan biasanya Anda mengakses Instagram ?

pagi, sore saat luang, malam sebelum tidur

3. Dengan siapa Anda mengakses Instagram ?

sendiri

4. Apa itu iklan kampanye? Iklan kampanye apa yang anda ingat?

Mengapa itu menarik? Iklan sbg ajang pertunjukan para paslon yang maju dalam pemilu. Iklan kampanye gus ipol & mbak puti, yang ada collab sama via vallen & nella kharisma. Menarik karena itu berupa lagu yg jadi gampang diingat

5. Apakah Anda mengetahui apa itu iklan kampanye politik di media sosial ?

sosialisasi paslon via media sosial untuk menarik simpati masyarakat.

6. Apakah Anda suka / sering menonton iklan kampanye politik di Instagram ?

tidak seberapa sering.

7. Kampanye politik seperti apa yang biasanya Anda tonton di Instagram?

(Pendapat Paslon, Orasi Paslon, Jingle Paslon, Kegiatan Kampanye Paslon, dll)  
kegiatan kampanye paslon.

## 5. Informan Zahra

## MEDIA HABIT INFORMAN

1. Berapa lama Anda mengakses Instagram dalam sehari ?

Lumayan sering

2. Kapan biasanya Anda mengakses Instagram ?

Saat bangun tidur, sebelum tidur, & waktu luang

3. Dengan siapa Anda mengakses Instagram ?

Sendirian

4. Apa itu iklan kampanye? Iklan kampanye apa yang anda ingat?

Mengapa itu menarik?

Iklan kampanye ialah iklan yang bertujuan untuk mempromosikan pasangan calon. Iklan kampanye yang berisikan kegiatan penyeludaim masyarakat. Karena itu harus menarik!

5. Apakah Anda mengetahui apa itu iklan kampanye politik di media sosial?

Iklan yang ditampilkan di media sosial.

6. Apakah Anda suka / sering menonton iklan kampanye politik di Instagram ?

Iya. Lumayan sering

7. Kampanye politik seperti apa yang biasanya Anda tonton di Instagram?

(Pendapat Paslon, Orasi Paslon, Jingle Paslon, Kegiatan Kampanye Paslon,dll)

Orasi paslon dan kegiatan kampanye paslon.



6. Informan Bobby

MEDIA HABIT INFORMAN

1. Berapa lama Anda mengakses Instagram dalam sehari ?

3/4 jam

2. Kapan biasanya Anda mengakses Instagram ?

Saat bosan, Sebelum tidur, Saat makan siang

3. Dengan siapa Anda mengakses Instagram ?

Sendirian

4. Apa itu iklan kampanye? Iklan kampanye apa yang anda ingat?

Mengapa itu menarik?

Sebuah informasi yang dapat dilihat secara visual dan berisi foto yang  
sangat menarik untuk memilih. Sebuah yang sedang dikompor oleh orang agar  
Kita tertarik.

5. Apakah Anda mengetahui apa itu iklan kampanye politik di media sosial ?

Saya Mengetahui,

6. Apakah Anda suka / sering menonton iklan kampanye politik di Instagram ?

Sering

7. Kampanye politik seperti apa yang biasanya Anda tonton di Instagram?

(Pendapat Paslon, Orasi Paslon, Jingle Paslon, Kegiatan Kampanye Paslon, dll)

pendapat paslon dan kegiatan kampanye paslon

## 7. Informan Daniel

## MEDIA HABIT INFORMAN

1. Berapa lama Anda mengakses Instagram dalam sehari ?

3 jam

2. Kapan biasanya Anda mengakses Instagram ?

sebelum tidur sek, sekitar jam 1 atau jam 2.

3. Dengan siapa Anda mengakses Instagram ?

sendiri

4. Apa itu iklan kampanye? Iklan kampanye apa yang anda ingat?

Mengapa itu menarik?

suatu media untuk promosi, iklan ~~pas~~ mars perindo yang saya ingat.  
iklan nya menurutku militan seperti sbl.

5. Apakah Anda mengetahui apa itu iklan kampanye politik di media sosial ?

ya, suatu media promosi yang dilakukan di media sosial yang populer saat ini.

6. Apakah Anda suka / sering menonton iklan kampanye politik di Instagram ?

jarang sih lihat ikelannya.

7. Kampanye politik seperti apa yang biasanya Anda tonton di Instagram?

(Pendapat Paslon, Orasi Paslon, Jingle Paslon, Kegiatan Kampanye Paslon, dll)

Biasanya saya lihat kegiatan kampanye paslon apa sbl.

apart: kegiatan halus apa ~~banjir~~ ~~banjir~~ operasi: bantuan masyarakat dari partai politik.

8. Informan Valen

MEDIA HABIT INFORMAN

1. Berapa lama Anda mengakses Instagram dalam sehari ?  
2-3 jam
  
2. Kapan biasanya Anda mengakses Instagram ?  
Saat sedang tak sibuk, biasanya malam setelah tidur
  
3. Dengan siapa Anda mengakses Instagram ?  
Sendiri
  
4. Apa itu iklan kampanye? Iklan kampanye apa yang anda ingat?  
 Mengapa itu menarik?  
iklan yg mengajak masyarakat utk memilih calon pascapan, dgn cara promosi
  
5. Apakah Anda mengetahui apa itu iklan kampanye politik di media sosial ?  
bermacam foto & caption di instagram yg bertau pascani
  
6. Apakah Anda suka / sering menonton iklan kampanye politik di Instagram ?  
Jarang
  
7. Kampanye politik seperti apa yang biasanya Anda tonton di Instagram?  
 (Pendapat Paslon, Orasi Paslon, Jingle Paslon, Kegiatan Kampanye Paslon,dll)  
kampanye & orasi paslon

## 9. Informan Bintoro

### MEDIA HABIT INFORMAN

1. Berapa lama Anda mengakses Instagram dalam sehari ?  
hampir setiap jam.
2. Kapan biasanya Anda mengakses Instagram ?  
sant ada waktu luang.
3. Dengan siapa Anda mengakses Instagram ?  
sendirian
4. Apa itu iklan kampanye? Iklan kampanye apa yang anda ingat?  
Mengapa itu menarik?  
jahat seduluran, kata-kutanya lebih melekat.
5. Apakah Anda mengetahui apa itu iklan kampanye politik di media sosial ?  
Promosi
6. Apakah Anda suka / sering menonton iklan kampanye politik di Instagram ?  
tidak.
7. Kampanye politik seperti apa yang biasanya Anda tonton di Instagram?  
(Pendapat Paslon, Orasi Paslon, Jingle Paslon, Kegiatan Kampanye Paslon,dll)  
Jingle Paslon.

10. Informan Dinda

MEDIA HABIT INFORMAN

1. Berapa lama Anda mengakses Instagram dalam sehari ?

hampir setiap jam.

2. Kapan biasanya Anda mengakses Instagram ?

saat ada waktu luang.

3. Dengan siapa Anda mengakses Instagram ?

sendirian

4. Apa itu iklan kampanye? Iklan kampanye apa yang anda ingat?

Mengapa itu menarik?

gahm seduluran, kata-katanya lebih menarik.

5. Apakah Anda mengetahui apa itu iklan kampanye politik di media sosial ?

Promosi

6. Apakah Anda suka / sering menonton iklan kampanye politik di Instagram ?

tidak.

7. Kampanye politik seperti apa yang biasanya Anda tonton di Instagram?

(Pendapat Paslon, Orasi Paslon, Jingle Paslon, Kegiatan Kampanye Paslon,dll)

Jingle Paslon.

**C. Guideline Indepth Interview**

1. Sejak kapan anda mengenal politik?
2. Siapa yang mengenalkan politik kepada anda?
3. Bagaimana cara mereka mengenalkan politik kepada anda?
4. Bagaimana bentuk partisipasi politik anda ? Beserta alasan
5. Apa yang anda ketahui tentang iklan partai politik di sosial media?
6. Apa simbol agama penting dalam iklan politik? Haruskah ada? Mengapa? Apakah itu symbol moralitas?
7. Apa saja symbol agama itu?  
Berikan detail yang anda pernah lihat dan ketahui
8. Apa yang membuat anda tertarik untuk menonton iklan kampanye politik di sosial media?
9. Kapan pertama kali anda mengakses akun instagram tokoh politik?
10. Dari mana anda mengetahui akun tersebut?
11. Di mana biasanya anda mengakses akun tersebut?
12. Akun siapa yang sering anda tonton?
13. Apa yang menjadi alasan anda menyukai atau tidak menyukai dengan akun tersebut?
14. Seberapa sering anda melihat akun tersebut?
15. Bagaimana pakaian yang digunakan oleh paslon dalam iklan kampanye politik di instagram?
16. Apakah latar tempat menjadi satu hal yang menarik perhatian anda?
17. Bagaimana bahasa yang digunakan paslon dalam iklan kampanye politik?
18. Apakah cara berbicara dari paslon sudah mampu menjelaskan pesan yang ingin disampaikan dalam kampanyenya?
19. Apakah iklan kampanye politik pilgub jatim 2018 menggambarkan agama tertentu?
20. Dari mana anda tahu atau apa yang membuat anda yakin bahwa iklan kampanye tersebut menunjuk agama tertentu?
21. Apakah anda merasa agama anda sudah diwakilkan dalam iklan kampanye politik di pilgub jatim 2018?
22. Apakah anda ingin adanya keterwakilan agama anda dalam iklan kampanye politik?
23. Seperti apa keterwakilan yang anda inginkan? Co: ada pendeta yang masuk dalam adegan di iklan atau seperti apa?
24. Apakah penting keterwakilan seluruh agama dalam iklan kampanye politik?
25. Bagaimana pendapat anda? Apakah anda menerima atau menolak simbol agama yang ditampilkan dari iklan tersebut?
26. Apakah terdapat ketidaksesuaian yang muncul berkaitan dengan representasi yang ditampilkan dalam iklan kampanye politik tersebut?
27. Bagaimana menurut anda sikap yang seharusnya dimunculkan dalam iklan kampanye politik ?

## D. Transkrip Wawancara Mendalam 10 Informan

### Informan Pertama - Caca (I1)

- P : “oke kita kenalan dulu nih, namanya siapa?”
- I1 : “ee.. Saya caca”
- P : “nama lengkapnya ?”
- I1 : “sucahyaning wahyu trihasti kartika”
- P : “terus ee.. Caca ni sekolah di mana?”
- I1 : “kuliah di upn jawa timur”
- P : “jurusan?”
- I1 : “jurusan teknik lingkungan”
- P : “ee.. Terus caca ni sekarang kegiatannya ngapain aja ca?”
- I1 : “kuliah, terus ee.. Kalau ada organisasi dan kek kepanitiaan gitu”
- P : “organisasinya apa biasanya?”
- I1 : “ee.. Uk3 organisasi kerohanian sama mau ikut bem sih.. He eh”
- P : “ee.. Kita langsung ke media habitnya caca kita dulu.”
- I1 : “he eh”
- P : “caca ni ngenal internet dulu deh, internet itu kapan ca?”
- I1 : “udah lama”
- P : “waktu kapan?”
- I1 : “sd”
- P : “sd, pertama kali ngapain di internet?”
- I1 : “bikin akun facebook hahahahah”
- P : “itu di facebook ok. Ngapain aja waktu sd”
- I1 : “ya kayak *share-share* foto”
- P : “terus sekarang udah masih main facebook atau nggak?”
- I1 : “nggak.. Udah nggak”
- P : “ganti sama apa?”
- I1 : “instagram sama twitter”
- P : “kalau di instagram biasanya ngikutin siapa aja?”
- I1 : “mmm...”
- P : “kegiatannya ngapain sih di instagram biasanya?”

- II : “instagram itu kayak bagi-bagi foto terus kan sekarang ada *story* nya jadi kek bisa ngebagiin apa yang dilakuin satu hari itu, terus sama kek ngikutin seleb-seleb sih”
- P : “kalau politik ikut nggak?”
- II : “ee.. Pernah *follow* tapi udah diunfollow sih”
- P : “yang mana itu?”
- II : “eem... apa gurbenurnya ini surabaya ee... wali kotanya surabaya, sama wali kotanya bandung, siapa?”
- P : “ee.. Ridwan kamil.”
- II : “ya.. Ridwan kamil”
- P : “itu kenapa kok jadi ngefollow si dia?”
- II : “kalau yang wali kotanya surabaya soalnya kan kek itu biar *update* info itu lo, jadi kalau misalnya ada acara-acara di surabaya kan bisa tahu. Terus kalau yang ridwan kamil itu soalnya pas upload itu lucu jadi, kayak captionnya tu kayak”
- P : “kontennya menarik ?”
- II : “he eh.. Jadi, nggak terlalu tentang politik”
- P : “terus biasanya sehari itu ngakses instagram berapa lama?”
- II : “tiga sampai empat kali”
- P : “terus, ee.. Kapan sih? Biasanya ada waktu tertentu nggak buat ngakses instagram?”
- II : “kalau lagi nganggur”
- P : “lagi nganggur? Mungkin bangun tidur mau ini nggak?”
- II : “oh, nggak”
- P : “biasanya ngaksesnya sedirian atau ada temen?”
- II : “sendiri”
- P : “pernah nggak ngakses sama bareng-bareng sama temen?”
- II : “oh pernah kalau pas nemu yang lucu-lucu di instagram itu pasti kan ditunjukin ke temen lainnya sih”
- P : “ee.. Caca tahu nggak sih kalau misalnya kampanye itu ada yang *online* gitu?”
- II : “mmm... tahu sih”
- P : “gimana?”
- II : “beberapa tahun yang lalu”
- P : “kayak apa itu? Mulai ceritain dong yang mana yang caca menganggap oo.. Ini kampanye *online* gitu”
- II : “ee.. Pas pemilihan presiden”
- P : “pemilihan presiden?”
- II : “he em.. Kan banyak sih gerakan kek di youtube *upload* youtube gitu kek emm.. Pilih si jokowi kek gitu loh... terus jingle-jinglenya dibuatin sama anak-anak muda, itu kan kek menarik banget buat dilihat gitu”
- P : “tu, kalau menurut caca sendiri kampanye politik itu apa sih ca?”



- II : “ee.. Kampanye politik itu kayak suatu media kayak buat pasangan calon itu lebih diinget sama masyarakat seluruhnya gitu”
- P : “ee ada nggak kampanye politik yang caca suka dulu? Atau boleh yang di dunia tv dulu itu nanti baru yang onlinenya. Mungkin waktu sd itu nemu wah ini terngiang banget nih, atau ada nggak? Siapa gitu?”
- II : “debat sih”
- P : “oh debat, debatnya siapa?”
- II : “apa ya waktu itu? Kalau nggak salah ya itu pemilihan presiden”
- P : “presiden?”
- II : “he eh kalau ee.. walikota gitu kurang ngikutin”
- P : “kalau yang di youtube itu siapa yang bener-bener caca, wah ini keren banget gitu, sampek keinget-inget terus”
- II : “emm.. Gubernur yang gubernur ini yang lagi ngejabat sama presiden. Soalnya kalau presiden itu dia tu kek bener-bener, apa kek ee.. Ngajak ngomong sama generasi muda gitu loh”
- P : “yang gubernur ini itu yang pakdhe karwo?”
- II : “iya pakdhe karwo”
- P : “kenapa tuh? Apa yang membuat caca masih inget itu apa?”
- II : “soalnya pas aku lihat ada satu iklan kampanye gitu dia itu kayak ee.. Kek wawancarai itu loh dan semuanya itu ngajak anak-anak muda kek jadi kek anak-anak muda itu bukan kek dikesampingan kek di apa ya, kek sebagai pilihan kedua itu nggak. Jadi, kek diajak gitu buat pilih juga.”
- P : “jadi caca lebih suka sama calon yang bisa menarik hati para pemuda gitu ya?”
- II : “he em..”
- P : “terus ee.. Biasanya caca kalau lihat di instagram itu konten yang kayak gimana sih yang caca suka? Misalnya si calon gubernur ini nampilin pidato atau nampilin kegiatannya dia atau lagi apa visi misinya dia, lebih suka yang mana? Konten yang seperti apa?”
- II : “ee.. Pidatonya sih,”
- P : “pidato?”
- II : “he eh”
- P : “kenapa tuh? Kok suka sama pidatonya?”
- II : “soalnya kan ee orang pasti milih berdasarkan apa yang disampaikan dia kan jadi kek kalau pidatonya mengenal terus habis itu kek menjanjikan itu pasti menarik buat dilihat.”
- P : “oke terus kita ke pertanyaan yang mulai serius nih. Sejak kapan sih caca ngenal politik?”
- II : “sejak kecil”
- P : “itu kapan?”
- II : “smp, sd smp gitu”
- P : “itu siapa yang ngenalin politik sama caca?”
- II : “orang tua, soalnya orang tua itu apa ya kek fokusnya itu juga ke politik juga”

- P : “kenapa kok bisa fokus ke politik? Mungkin orang tuanya kerja di mana? Atau?”
- II : “sebenarnya kerjaan orang tua sama politik itu kek nggak bersambungan gitu loh. Cuma ee kek orang tua itu kek bener harus ngasih tahu ke anaknya itu kalau politik itu kayak gini. Terus habis itu ngasih tahu kalau apa yang terjadi di politik segala macemnya kayak masalah korupsi lah apa gitu segala macem”
- P : “yang caca tahu yang diajarkan orang tua itu yang kayak gimana sih? Yang gambaran kah? Atau ideologi?”
- II : “yang aku tangkep politik itu gimana?”
- P : “iya”
- II : “ee.. Politik itu kayak kalau kamu kuat ya bertahan kalau kamu nggak ya bisa-bisa hilang gitu”
- P : “berarti orang tua caca memberikan referensi-referensi politik gitu, termasuk menilai satu sosok figure gitu?”
- II : “he em iya”
- P : “terus caranya gimana ca, orang tua ngenalin caca sama politik?”
- II : “kalau misalnya kan di rumah itu orang tua itu kayak serius banget gitu, kek kalau berita kek ini lo ini kayak gini orangnya gini gini gini itu udah pernah dari kecil sih sampek besar dan mbakku sama masku itu kan masuk hukum juga pasti kan harus ngelihat juga la itu dari situ kan juga kek terus-terusan tahu update politik itu kayak gimana”
- P : “kalau papanya caca apa (latar belakang pendidikan)? Kalau kakak-kakakkan hukum”
- II : “ekonomi. Papa mama ekonomi”
- P : “terus caca merasa gimana tuh, dikasih apa diajarin politik kayak gitu? Merasa kayak apa sih atau merasa menarik gitu?”
- II : “pertamanya gitu pertama gitu, ini ngapain sih kek urusan orang kok diurusin gitu lo hehehe. Terus lama-lama kok ya seru kek ada *impactnya* gitu loh kek ya misalnya kayak pemilihan pemimpin gitu kan kalau misalnya kita milih yang bener ya berarti *impactnya* kan ada gitu lo buat kehidupan”
- P : “terus bentuk partisipasinya politiknya caca itu kayak gimana sih?”
- II : “mmm sejauh ini kayaknya cuma nyumbang suara sih pas setiap pemilihan kampus”
- P : “kalau di kampus sendiri nanti apa udah pernah ikut pemira kayak gitu nggak ?”
- II : “iya”
- P : “jadi apa? Aktif?”
- II : “oh tapi jadi panitia aja”
- P : “itu lebih aktif loh”
- II : “hahahahahaha”
- P : “ee apa namanya iklan politik di media sosial yang caca tahu selain di youtube?”
- II : “instagram, twitter”
- P : “itu isinya kayak gimana aja? Mungkin yang pernah caca tahu?”
- II : “kalau yang instagram itu kegiatan politik.. Kegiatan kampanyenya”
- P : “kalau yang di twitter?”

- II : “twitter itu kayak *update* kalau habis dari mana terus dia *update* kayak gitu”
- P : “okay.. Terus tadi kan udah ke politik nih, sekarang aku mau tanya tentang simbol agama. Menurut caca simbol agama itu apa sih?”
- I : apa ya? Emm kayak untuk memperjelas gitu lo, memperjelas gimana sih agama ini, kayak gitu
- P : “oh gitu?”
- II : “he eh”
- P : “terus caca pernah lihat nggak sih ada simbol-simbol agama yang dimasukkan dalam iklan-iklan gitu?”
- II : “ee sejauh ini sih kayak ucapan-ucapan gitu, terus kalau terakhir sih yang haul agung kalau nggak salah di sunan ampel iya itu...”
- P : “itu punya siapa?”
- II : “ee yang pertama khofifah sama emil dardak itu lo”
- P : “itu apa sih yang membuat caca, oh ini tuh simbol agama nih, yang membuat caca yakin ini adalah simbol agama”
- II : “mm soalnya pas waktu itu kan lagi hari besar (idhul fitri) juga. Jadi kek, oh ya ini simbol agama kalau dalam kampanye. Tapi juga nggak terlalu ke kampanyenya juga kan hari besar kan untuk memperingati jadi ya, gitu”
- P : “kalau itu kan jadi agamanya islam ya? Kalau yang mungkin yang agama selain islam, mungkin yang, caca kristen ya?”
- II : “he em”
- P : “kalau yang kristen mungkin caca lihatnya apa?”
- II : “mm sejauh ini sih ya yang pas pengeboman (bom surabaya 2018) itu dateng tapi..”
- P : “siapanya?”
- II : “yang kedua yang gus ipul itu dateng kalau nggak salah ya itu dateng ke gereja atau apa atau tapi itu bukan dalam konteks kampanye menurutku”
- P : “oh gitu?”
- II : “he eh”
- P : “kenapa kok caca menilai itu bukan sebagai kampanye?”
- II : “soalnya itu kan dalam kek menyampaikan duka gitu lo jadi kek masa’ gitu juga kampanye gitu”
- P : “jadi, caca merasa itu adalah ketulusan ya?”
- II : “iya hehehe”
- P : “oke, terus ni ca selain yang pengeboman itu ada nggak simbol-simbol lainnya yang caca tangkep”
- II : mm nggak sih”
- P : “nggak ada ya?”
- II : “he em”
- P : “cuma ke gereja itu?”

- II : “tapi, kalau ucapan-ucapan gitu pasti diucapin sih”
- P : “jadi, kayak simbol-simbol yang ada dalam ucapan itu otomatis gitu ya?”
- II : “he em iya”
- P : “berarti gak ada kesalahan-kesalahan dalam pengucapan dan penggunaan simbol-simbol itu ya?”
- II : “iya”
- P : “terus yang membuat cacat tertarik dalam iklan-iklan politik di sosial media? Yang tadi kan ngikutin politik gitu, itu kenapa?”
- II : “tertariknya apa ya kek dia tu punya visioner gitu loh. Jadi kek buat ee dia itu punya langkah gimana sih buat baiknya lebih lanjut nah itu kan aku kan juga penasaran jadi, cuman ngikutin gitu”
- P : “terus pertama kali cacat lihat instagramnya tokoh politik itu siapa?”
- II : “tapi, diluar jatim ya?”
- P : “kalau di luar jatim dulu gapapa?”
- II : “oh ya, diluar jatim sih pertama kali tu pas tahu ridwan kamil dipilih”
- P : “dipilih baru ngikutin langsung?”
- II : “he eh terus aku kan juga tertarik sama orang-orang kayak arsitek gitu kan? Nah itu, kek pemikirannya untuk membangun di bandung itu kek kok keren ya kayak gitu”
- P : “terus kalau yang pilgub jatim sendiri mulainya kapan?”
- II : “baru-baru ini”
- P : “udah sebulan?”
- II : “iya sebulan”
- P : “dari mana sih cacat tahu yang akun politik? Kita bahasnya yang pilgub jatim aja ya, yang pilgub jatim itu cacat tahunya dari mana awalnya?”
- II : “mm.. Dari, dari temen sih sebenarnya”
- P : “dari temen ya?”
- II : “he eh”
- P : “nah kalau dari temen ya, jadi, temen itu juga termasuk *influencer* buat cacat ya?”
- II : “iya *influence*”
- P : “nah terus, gimana sih caranya kalian itu membahas politik dalam lingkungan cacat tu gimana?”
- II : “jadi, kayak misalnya kalau barusan ada debat gitu itu kek eh, debat kayak gini itu si nomor satu ini kek gini gini gini terus kemarin seru loh gara-gara debatnya kan pasti dikasih ee waktu buat bales-balesan la itu serunya gini gini gini kayak gitu. Jadi kek mendiskusikan isisnya debat itu”
- P : “itu apakah ada kegiatan yang rutin dilakuin atau momentum aja, misalnya oh ini lagi viral nih atau nih lagi?”
- II : “momentum sih”
- P : “momentum ya?”

- II : “he eh”
- P : “tapi, ada nggak temen-temen yang benar-bener konsen sama politik di lingkungan caca atau ?”
- II : “mm kalau temen sih ga ada”
- P : “terus ee pengaruhnya media buat caca itu apa sih? Selain yang media sosial misalnya ee televisi....  
Buat mempengaruhi caca milih itu gimana?”
- II : “untuk memberi informasi sih”
- P : “seberapa besar? Kalau diurutin orang tua, temen, sosial media sama media sosial ee sama media konvensional”
- II : “orang tua sama media sosial, soalnya jarang juga akhir-akhir ini juga jarang ke media konvensional kayak tadi radio sama tv gitu”
- P : “kalo temen-temen berarti, media konvensional atau temen-temen dulu?”
- II : “media konvensional, soalnya tahunya dari media konvensional baru temen-temen”
- P : “terus biasanya kalau ngakses yang politik-politik gitu caca ngaksesnya di mana?”
- II : “cuma sosial media sih”
- P : “sosial media?”
- II : “he eh”
- P : “itu ngaksesnya di rumah aja atau di kampus atau ya ini atau semauanya aja?”
- II : “semaunya sih”
- P : “semaunya?”
- II : “he eh kalau lagi diskusiin terus cari informasinya ya cari aja”
- P : “berarti kalau misalnya caca lagi diskusi sama temen itu bermodalkan data yang valid ?”
- II : “iya”
- P : “atau banyak atau lebih banyaknya kayak opini-opini?”
- II : “data yang valid sih, terus habis itu baru opini terus lihat opini yang ini kan biasanya ada hoax-hoax gitu ya kek lo ini tapi, kek gini kek gini terus ditunjukin datanya kayak gitu”
- P : “jadi caca itu memastikan ini ya, apa perbandingan sama media yang lain?”
- II : “iya”
- P : “biasanya media apa yang membuat ee yang bikin caca yakin oo ini dari sumber a ini pasti bener?”
- II : “media tv”
- P : “tv?”
- II : “iya”
- P : “ada nggak tv tertentu atau semuanya aja sama?”
- II : “tv one sih”
- P : “tv one?”

- II : “he eh”
- P : “selain itu nggak ada?”
- II : “nggak ada”
- P : “merasa itu valid ya?”
- II : “iya valid”
- P : “terus ee ini udah, kenapa kalau pilgub jatim caca ngikutinnya siapa?”
- II : “yang khofifah”
- P : “yang khofifah?”
- II : “he em”
- P : “kenapa kok ngikutin khofifah daripada lawannya?”
- II : “soalnya khofifah ini kan udah mencalonkan juga dari dulu dari lama juga sih. Jadi, kayak”
- P : “iya. Tiga kali”
- II : “iya makannya kek lebih tertarik khofifah sih, soalnya kan kenal dulu eh bukan kenal dulu, tahu dulunya sih sama khofifah ini”
- P : “terus seberapa sering sih ngakses akunnya bu khofifah?”
- II : “mm nggak terlalu sering sih soalnya kan juga nggak mengikuti akunnya itu”
- P : “satu minggu ada satu kali atau?”
- II : “satu kali”
- P : “terus apa gimana sih pakaiannya yang digunakan sama si pasangan calon ini? Kan udah lama ngikuti akun instagramnya ”
- II : “mm kalau menurutku sih formal gitu sih”
- P : “terus ada yang mengandung unsur-unsur agama nggak?”
- II : “iya sih, soalnya kan bu khofifah kan juga berkerudung juga sih, jadi ya menurutku mengandung unsur agama sih”
- P : “terus nih apa kan mereka tadi sering bilang haul kan berarti dia jalan-jalan ke tempat-tempat yang agamis gitu kan? Nah, apakah latar belakang tempat keagamaan itu menurut caca menjadi tempat apa menjadi hal yang menarik atau lebih ke kegiatannya ni ya atau si paslonnya yang lebih menarik daripada latar belakangnya?”
- II : “kalau menurutku sih ee dia dateng ke tempat-tempat yang berlatar ada agamanya itu kan juga menurutku menarik sih, soalnya kan dia berarti *consern* juga untuk ee untuk menjalani kegiatan itu gitu”
- P : “terus bahasa yang digunakan sama paslon itu apakah sudah mampu menjelaskan pesan politik yang ingin mereka sampaikan?”
- II : “iya”
- P : “udah?”
- II : “he em sudah”

- P : “apa sih, bahasanya seperti apa yang mungkin bisa bikin oh ya ini jelas nih, bisa diketahui?”
- II : “kek ‘jatim sejahtera’ terus sama kek gotong royong, itu kan berarti kan juga mengajak semua gitu buat bekerja kek untuk mewujudkan jatim sejahtera itu”
- P : “terus apakah caranya itu bisa dimengerti atau gampang dimengerti si dua calon ini?”
- II : “cara penyampainnya?”
- P : “he eh cara penyampaiannya”
- II : “bisa sih he eh”
- P : “gimana cara penyampaiannya bu khofifah itu dalam perspektifnya caca itu gimana?”
- II : “lebih, kek lebih jelas gitu, kek lebih tegas, kalau gus ipul itu kan kek bahasanya kek merangkul kek lebih apa ya lebih kalem pa sih, kek lebih kalem terus kalo bu khofifah itu kek lebih tegas gitu lo untuk menyampaikan-menyampaikan gitu”
- P : “tapi, caca lebih suka sama figur yang tegas gitu?”
- II : “he em he em”
- P : “terus apa namanya menurut caca apakah pilgub jatim 2018 ini tu menggambarkan satu agama tertentu?”
- II : “kalo menurut saya sih iya”
- P : “iya, yang mana?”
- II : “mm keduanya sih soalnya mm setiap saya tahu juga di instagram akun instagram mereka paslonnya ini, ini tu kayak ee berkunjung kea pa sih kek berkunjung ke pondok atau semacamnya itu”
- P : “iya jadi, lebih ke islam ya?”
- II : “he em”
- P : “terus apa namanya.. Ehm.. Apakah ...caca kan berarti bukan muslim kan?”
- I : “he em”
- P : “nah, itu apakah caca setuju dan merasa terwakili sama kegiatannya mereka?dalam berpolitik?”
- II : “kalau terwakili sih sedikit”
- P : “sedikit?”
- II : “he eh”
- P : “kenapa sedikitnya tu kenapa?”
- II : “mm menurut saya sih udah sih, udah ada ucapan kek seperti itu, tapi ucapan kek hari raya itu kurang mewakili sepenuhnya, kek jadi masih merasa diminoritaskan gitu”
- P : “terus yang caca mau itu harusnya seperti apa sih kegiatan yang ditampilkan?”
- II : “kek lebih merangkul juga ke agama kek misalnya datang bukan datang sih kek mengajak diskusi atau apa gitu”
- P : “oo dibuat iklan gitu ya?”
- II : “he em”
- P : “caca pengennya iklan politik itu seperti apa yang ada merangkulnya agama-agama yang lain?”

- II : “mm pokoknya yang apa ya kek mewakili agama kristen juga, kek misalnya juga mengajak orang-orang kristen, iya sih mengajak tapi nggak apa-apa sih ada pesan kayak pilih ini, tapi kan juga itu tu juga kek perwakilan gitu jadi, kita tu nggak merasa kek nggak di perhatikan gitu”
- P : “berarti misalnya contohnya kek mengundang tokoh agamanya maing-masing gitu ya dalam iklan?”
- II : “he em”
- P : “terus ada nggak selain yang menghadirkan si tokoh agama dalam iklan itu? Ada nggak? Yang harusnya tuh kayak gini gitu?”
- II : “sejauh ini kurang kepikiran sih he eh selain itu”
- P : “terus apa menurut caca simbol agama itu harus dimunculkan dalam ini atau penting nggak sih?”
- II : “mm kalau menurut saya sih lumayan penting”
- P : “kenapa? Pentingnya kenapa?”
- II : “soalnya kan mm simbol agamanya kan juga kek mewakili indonesia gitu kan terlalu eh bukan terlalu sih kek banyak agama yang ada di indonesia jadi, kek simbol agama untuk mewakili kalau pasangan calon itu juga tahu memperhatikan agama-agama lain itu lumayan sih, lumayan penting.”
- P : “kalau yang pilgub jatim ini caca merasa menerima simbol-simbol itu dengan baik atau baik tapi harusnya kayak gini atau kayak ini nggak bagus nih pilgub jatim itu terlalu islam gitu, gimana?”
- II : “kalau menurut saya sih menerima sih”
- P : “menerima yang bagus atau yang menerima gitu atau dengan syaranya apa ?”
- II : “sebenarnya sih kegiatan-kegiatannya tuh juga terlalu islami gitu, kek ehmm islami sih, seharusnya tu kek apa ya lebih pekerjaan untuk menciptakan bagaimana jatim itu harus diperbanyak dalam hanya untuk kek”
- P : “menonjolkan simbol agama?”
- il : “he eh”
- P : “terus kalau itu tadi yang simbol agama itu nggak ada yang buat caca merasa ini ya apa salah, itu nggak ada ya? Maksudnya ya udah itu udah bagus yang simbol agamanya udah nggak ada ya? Cuma kurang gitu aja ya?”
- II : “iya kurang”
- P : “caca punya kegiatan apa yang di kerohanian itu apa? Ada nggak sih diskusi-diskusi yang membahas politik seperti itu?”
- II : “kalau diskusi politik di kegiatan kerohanian itu nggak ada sih sebenarnya”
- P : “terus kalau misalnya mungkin diwaktu caca ke gereja? Ada nggak sih di agamanya caca bagaimana sih memilih yang bener? Cara memilih calon yang bener, ada nggak kategori contoh pemimpin yang baik itu seperti apa ada gak?”
- II : “mm iya sih ada”
- P : “ada gimana?”
- II : “kalau pemimpin yang baik itu kayak benar-benar yang mengerti kemanusiaan gitu. Jadi, kek juga nggak meninggalkan tuhan tapi, juga berjuang untuk manusianya juga kayak gitu. Jadi, nggak mementingkan diri sendiri sama kelompoknya.”
- P : “di agamanya caca ada nggak sih kayak ajakan buat memilih yang?”



- II : “memilih seperti apa?”
- P : “memilih sama-sama, mungkin memilih yang sesama agamanya gitu?”
- II : “nggak ada”
- P : “yang penting dia bisa memimpin dengan baik?:
- II : “kayak memperjuangkan dengan baik gitu”
- P : “berarti nggak ada nih apa politik-politik yang diajarkan dalam yang menjuru di satu agama?”
- II : “nggak, nggak ada”
- P : “terus kalau caranya kadang ada yang bilang pemimpin yang gini itu dia nyampaiannya lewat apa? Dan siapa yang yang menyampaikan?”
- II : “mm sebenarnya bukan siapa yang menyampaikan sih jadi, kek ada contoh langsungnya gitu”
- P : “apa?”
- II : “kek ee kayak kan ada diagama saya kan yesus itu sebagai anak allah. Ya itu jadi ee yesus ini memimpin. Menurut saya sih, yesus ini punya dua belas muridnya yang jadi rasul. Menurut saya itu juga udah menjadikan pemimpin yang baik sih.”
- P : “jadi, dalam agama caca itu yang dijadikan pemimpin adalah tuhan?”
- II : “ya”
- P : “yang jadi patokan berarti ya? Itu diceritakan oleh pendetanya atau?”
- II : “diceritakan oleh rasul yang lain”
- P : “dan itu ditulis di alkitab?”
- II : “ya di alkitab”
- P : “terus ada nggak sih diskusi-diskusi mungkin sama temen yang seumuran caca yang mungkin pernah sangat memorable gitu yang kayak ini seru banget nih diskusinya gitu, tentang apa itu?”
- II : “mm oh yang pas kalau memorable banget itu yang debat itu, apalagi yang pas si emil dardak ngangkat tentang trenggalek, kasus trenggalek itu yang apa ya kalau nggak salah yang buta aksara atau apa gitu lo, nah kayak puti ini memberikan kek apa ya semacam sangkalan tapi, juga selalu disangkal balik sama si emil dardak ini. Jadi, kayak minta buktinya mana sih buktinya? Padahal yang ada kayak gini, kayak gitu.”
- P : “caca inget waktu pilgub dki nggak? Itu juga kan kayak simbol agama gitu ya? Caca nilainya pilgub dki itu kayak gimana?”
- II : “kalau menurut saya sih dipilgub dki itu terlalu apa ya kek terlalu serang menyerang gitu loh”
- P : “kek permainan simbol agamanya terlalu keras ?”
- II : “iya terlalu keras”
- P : “kalau yang di jatim menurut caca itu gimana? Kan sama tuh sama-sama malah kalau misalnya ini ya lebih banyak yang ditampilkan simbol agama di jawa timur kan ? Itu gimana tuh menurut caca?”
- II : “kalau menurut saya kan kalau dipilgub jatim eeh dki itu kan pemimpinnya berbeda agama. Jadi, kan kek malah menggunakan agama lain untuk mungkin menjatuhkan ya. Tapi, kalau di sini kan sama jadi, kek lebih satu arah gitu untuk agamanya.. Agamanya gitu”
- P : “terus mm kalau aku pengen tahu sih kek karakteristiknya anak-anak muda generasi sekarang ini buat bahas tentang politik gimana? Mereka tu diskusi mungkin, kebanyakan yang *offline* atau *online*? “

- II : “*online*”
- P : “justru *online* kalau ini?”
- II : “he eh”
- P : “di mana biasanya?”
- II : “di line”
- P : “itu grup angkatan atau grup yang kecil?”
- II : “grup kecil sih sebenarnya”
- P : “terus biasanya siapa yang mulai duluan? Ee memulai buka diskusi”
- II : “temen, jadi kek okupsional gitu lo jadi kek ya kayak ada debat terus habis itu eh lagi ngomong masalah lain terus tiba-tiba ada yang nyeletuk eh lihat debat ini ini ada ini, ya udah langsung ngikutin semua gitu bahasannya”
- P : “terus kan kalau simbol agamanya itu, caca pernah nonton ee kayak penyelewengan gitu nggak? Kek ini itu harusnya nggak boleh dimasukkan misalnya di agama caca itu ada nggak simbol-simbol ini jangan dimasukin dong ini sakral ini tu suci itu gak boleh”
- II : “nggak sih sebenarnya nggak ada”
- P : “berarti apa semuanya masih bisa digunakan dalam politik?”
- II : “iya”
- P : “yang menurut caca simbol agama yang baik digunakan dalam politik dari agama caca apa?”
- II : “apa ya, kalau menurut saya kan penyantunan symbol agama kan juga kan terserah sama yang menggunakan ya. Jadi, kalau ee selama itu nggak melenceng dan menimbulkan makna ganda gitu ya nggak apa sih digunakan aja, jadi nggak ada yang menurut saya nggak ada yang terlalu baik atau apa itu nggak ada”
- P : “simbol-simbol agamanya caca nih, apa aja yang caca tahu kalau misal dari perspektifnya caca?”
- II : “salib”
- P : “terus ada lagi?”
- II : “iya salib itu udah kek mewakili semuanya gitu”
- P : “berarti kek ada nggak sih pakaian-pakaian tertentu yang menggambarkan mungkin ni seorang kristian gitu-gitu”
- II : “mm..... Menurut saya kek ee pakaiannya pendeta atau romo itu yang menggambarkan
- P : “itu itu nggak papa kah dimasukan dalam politik?”
- II : “nggak papa sih”
- P : “nggak papa ya?”
- II : “he eh”
- P : “berarti nggak ada peraturan khusus gitu ya?”
- II : “nggak nggak ada, kalau menurut saya sih nggak papa tapi nggak tahu sih untuk yang lainnya”

- P : “terus ada nggak cerita cerita yang menarik buat dibahas kayak mungkin caca waktu apa sd smp kayak gitu udah diajarkan politik, dari mungkin gurunya, ada nggak itu?”
- II : “kalau guru malah nggak ada”
- P : “guru nggak ada?”
- II : “iya gak ada”
- P : “terus ee bahas-bahas politik itu nggak pernah di sekolah gitu?”
- II : “nggak”
- P : “sama sekali nggak pernah?”
- II : “ya di sekolahnya sih, kalau sekolah malah nggak pernah kuliah yang sering”
- P : “berarti caca lebih paham politik itu waktu?”
- II : “kuliah”
- P : “kuliah?”
- II : “he eh”
- P : “pakah temen-temen caca juga pahamnya setelah kuliah?”
- II : “wah kurang tahu”
- P : “atau enggak waktu di kelompok caca itu apakah mereka menjadi kritis saat kuliah?”
- II : “iya”
- P : “atau waktu sma juga udah mulai?”
- II : “kalau menurut saya sih, temen-temen saya itu ada yang kritis dari sma sih jadi, kek tahu seluk beluknya apa segala macam itu kan jadi informasi juga”
- P : “terus apa kalau caca kan dari kuliah ya? Itu apa yang membuat caca berubah menjadi lebih konsen sama politik?”
- II : “mm soalnya kayak mm merasa kalau misalnya suara yang diwakilkan itu tu berharga gitu lo jadi kek mewakili juga untuk di dpr atau apa, itu jadi kalau misalnya mereka nggak sepenuh nggak sesuara sama diwakilkan itu kek loh kok gini sih kek gitu”
- P : “kalau misalnya terjadi yang apa ni ceritanya misalnya calon yang caca nanti misalnya udah milih nih udah menentukan tapi gak sesuai.”
- II : “mm gimana ya? Ya kecewa aja sih, dia kan menawarkan janji sih dan janji itu harus ditepati kan. Jadi, ya kalau misalnya tidak dibuktikan ya kecewa aja sih terus ya biarlah gitu aja”
- P : “biarin nggak ada tindakannya? Pengen nge-tweet apa kok gini sih?”
- II : “nggak”
- P : “jadi lebih menerima aja ya?”
- II : “iya”
- P : “oke thank you”

**Informan Kedua - Yusuf (I2)**

- P : “halo namanya siapa?”
- I2 : “nama saya yusuf muhammad nur.”
- P : “bisa diceritain nggak? Yusuf ini itu dari mana? Sekolahnya atau kuliahnya dimana? Terus kegiatannya ngapain?”
- I2 : “asal saya dari surabaya. Kampus di universitas surabaya. Dan yang saya lakuin sehari-hari adalah jadi mahasiswa fakultas hukum universitas surabaya.”
- P : “mahasiswa hukum ya? Cocok dengan penelitian kita”
- I2 : “he em. Bisa jadi hehe”
- P : “yusuf ini mengakses instagram sehari 2 jam. Emang ngapain aja sih 2 jam itu?”
- I2 : “2 jam itu kebanyakan saya liat snapgram *story* temen saya. Dan kemudian saya liat-liat video lucu-lucu. Kan banyak yah apalagi tik tok. Dan setelah itu, ya itu keseharian saya kalo buka instagram”
- P : “kenal instagram itu kapan? Pertama kali”
- I2 : “instagram pertama kali itu pas sma”
- P : “sebelum instagram itu pernah internet sosial medianya apa?”
- I2 : “friendster dulu pernah. Friendster itu waktu sd menginjak smp. Sd juga pernah facebook-an. Smp facebook”
- P : “twitter?”
- I2 : “iya twitter waktu smp”
- P : “biasanya kapan sih yusuf akses instagram gitu sehari-hari?”
- I2 : “sehari hari mungkin sore abis bangun tidur. Kalo gak gitu waktu senggang waktu selesai kuliah atau jamkos waktu kuliah ya buka instagram”
- P : “terus akses instagram itu sendirian?”
- I2 : “iya sendiri”
- P : “atau ada gak sih momentum buka instagram ini sama temen-temen?”
- I2 : “oh pernah waktu itu ada kayak ada berita dari indonews kayak berita gaji bpip tuh nah disitu saya dan temen-temen mengomentari itu mengkritisi kenapa sih bisa indonesia disaat krisis seperti ini malah menggaji sebuah lembaga yang di sana tuh dualisme banget pekerjaannya”
- P : “kenapa jadi tertarik membahas itu?”
- I2 : “ya indonesia itu lagi krisis keuangan. Ekonomi tuh kacau dan malah menghambur hamburkan duit yang malah bisa bikin indonesia berhutang lagi”
- P : “diskusi itu di mana? Di *online* atau diskusi langsung?”
- I2 : “bisa jadi kita *screenshot* terus kita kirim di grup. Karna emang saya ada grup. Terus kalo lagi di kampus ya langsung diskusi gitu”
- P : “kalo grupnya bahas seperti itu di grup besar atau grup kecil?”
- I2 : “di grup kecil sih. Kalo grup besar takutnya malah sensitif gitu”

- P : “terus apa sih yang yusuf tahu dari iklan kampanye itu?”
- I2 : “iklan kampanye tuh suatu cara bagi seorang paslon atau partai tersebut untuk mempromosikan visi dan misi paslonnya kepada khalayak umum”
- P : “terus ada nggak iklan politik yang yusuf ingat? Bener-bener kek ini keren banget”
- I2 : “ada, perindo. Ya karena lagunya enak sih haha”
- P : “boleh dinyanyiin gakpapa?”
- I2 : “marilah seluruh rakyat indonesia hahaha”
- P : “lebih menarik dari nadanya atau apa kata-katanya?”
- I2 : “liriknya juga bagus. Terus nadanya juga bagus. Tapi yang sangat disayangkan tuh dia tuh sering ditayangin di televisi berulang kali bahkan udah ditegur sama kpi nggak direspon sama mereka”
- P : “terus kalo iklan politik di sosial media yusuf tahu gak? Bentuknya kek gimana?” (04.13)
- I2 : “tahu. Jadi dulu waktu jamannya pilihan presiden, pak jokowi pak prabowo itu ada yang kek pake gambar fotonya dia separuh dan fotonya garuda nomer 1 dan nomor 2 gitu”
- P : “itu berarti awal tahunya dari pilpres ya?”
- I2 : “iya pilpres”
- P : “terus sering gak sih nonton iklan politik di instagram?”
- I2 : “karena ada disearch sih jadinya masuk *explore* akhirnya tertarik yaudah coba *scroll-scroll*”
- P : “terus apa sih yang yusuf suka dari kampanye di instagram? Apa lebih suka kampanye oleh orang?”
- I2 : “kalo di instagram mereka tuh pinter melihat peluang. Kita masyarakat itu udah terbuai dengan kenikmatan internet jadinya lebih sering buka hp daripada interaksi sosial secara langsung. Jadi menurut saya iklan di sosial media tuh hal yang sangat pintar. Pintar sekali gitu”
- P : “itu buat menampilkan di sosial medi”
- I2 : “sosial media, pencitraan istilahnya”
- P : “kapan sih yusuf pertama kali kenal politik?”
- I2 : “kenal politik sebenarnya dari kecil ya. Karena dulu emang ayah basicnya di hukum dan juga sekeliling ayah juga terjun di dunia politik jadinya hal itu membuat saya penasaran gitu. Kenapa sih kok hidup itu harus ada politik? Ternyata pada dasarnya politik emang perlu dalam kehidupan bernegara. Apalagi di kehidupan sehari-hari politik juga ada gitu.”
- P : “contohnya gimana? Perlunya kenapa?”
- I2 : “perlunya kenapa karena kan dalam politik ada istilah ‘tiada kawan yang sejati tiada lawan yang abadi’. Jadi emang pada dasarnya manusia bermuka banyak kan jadi itu tuh pemanfaatan fungsi muka banyak jadi kita sama musuh bisa damai sama temen juga bisa tengkar. Tergantung kita menyikapinya seperti apa.”
- P : “jadi yang mengenalkan pertama kali kan ayah. Terus ibu ngenalin juga atau?”
- I2 : “ibu lebih pengamat sih.”
- P : “ayah ngenalin politik ke yusuf seperti apa? Caranya gimana?”
- I2 : “ya dulu itu “loh yah ini sama itu kepada kok harus ada pemilihan presiden gitu?” “ya karena gini gini nak” “terus kok ada yang jelek-jelekin yah?” “itu strategi mereka buat jatuhin lawannya” dalam politik itu banyak sekali hal kotor dan yang ngenalin pertama itu ayah.”

- P : “itu kamu dulu yang memulai?”
- I2 : “iya saya dulu yang memulai”
- P : “bukan ayah yang menceritakan misal ada iklan terus yang “ini kek gini nih”.”
- I2 : “enggak, enggak jadi saya yang tanya kepada ayah dan ayah yang menjawab.”
- P : “terus kalo ditanya bentuk partisipasi politik dari yusuf untuk sekarang ini seperti apa sih?”
- I2 : “karena sekarang sudah menginjak dewasa dan punya ktp, jadi partisipasi politik dengan cara memilih sebagai partisipan dalam pemilihan umum gitu”
- p : “yusuf pernah menjadi partisipan jadi pendukung satu calon nggak?”
- I2 : “dulu pernah si pengen. Liat partai tuh kayak gimana sih. Sempet ijin dulu ke ibu ke ayah dan ngga dibolehin. Karena partai itu kotor dan partai itu jahat. Mereka baik di depan tapi belum tentu baik dibelakang.”
- P : “jadi yusuf nggak ada pikiran buat masuk ke politik?”
- I2 : “sejak.. Sejak dilarang itu nggak ada”
- P : “terus yang diketahui dari iklan partai politik di sosial media tadi?”
- I2 : “iya cuma mereka”
- P : “terus simbol agama tuh apa sih menurut yusuf?”
- I2 : “karena sekarang sudah banyak yang main agama, simbol agama tuh cuma sebagai kedok aja sih. Jadi mereka mengatasnamakan agama bilang “kalau saya terpilih ntar saya akan membangun masjid, saya akan mempermudah dalam pengurusan izin untuk misal ada gereja, budha, hindu. Dan kesannya tuh kayak menarik para-para penganut agama tertentu untuk mendukung mereka. Nah itu sangat disayangkan sih. Dalam etika berpolitik tuh gak boleh”
- P : “berarti menurut yusuf simbol agama nggak harus ada?”
- I2 : “simbol agama nggak harus ada karena kita hidup di negara demokrasi kan nggak memandang agamanya apa sih. Jadi kita itu indonesia, bhinneka tunggal ika negara kita tanpa bentuk agama jadi yaudah kita saling merangkul semua agama kita saling sayang semuanya nggak ada saling menyakiti”
- P : “jadi simbol agama nggak penting ya?”
- I2 : “simbol agama nggak penting dalam berpolitik.”
- P : “simbol agama yang yusuf tau apa aja sih?”
- I2 : “biasanya sekarang simbol agama tuh begini. Contohnya di gubernur ya. Contohnya kayak gus ipul, gus ipul tokoh nu kan jadi dia mengatasnamakan nu nah itu udah jadi simbol agama. Jadi udah menarik perhatian. Padahal orang jawa timur itu bukan hanya orang muslim juga banyak agama lain. Jadi seharusnya lebih netral lebih ke semuanya. Jangan hanya menonjolkan satu agama aja. Karena dia juga memimpin seluruh jawa timur bukan hanya muslim doang gitu”
- P : “selain latar belakang, ada nggak *physical* yang keliatan yang menunjukkan simbol agama?”
- I2 : “ada sih. Dari pakaian biasanya. Kek pake peci, pake sorban, jalan sambil seakan-akan dia itu ulama gitu”
- P : “ada ngga sih akun politik yang diikuti? Ini ngomongin jatim aja gapapa”

- I2 : “kalo dulu saya itu ngikutin trio macan. Trio macan 2000 atau ronin twitter dulu jadi dia itu nge-blow up hal-hal negatif dari suatu paslon atau hal negatifnya politik di indonesia. Jadi dulu itu ada isu-isu yang katanya pak jokowi ada pki nya pernah ke cina terus dia ke makamnya politikus cina yang notabene dia itu komunis. Yaudah gitu-gitu”
- P : “dulu tahu informasi trio macan dari mana?”
- I2 : “dulu taunya tuh dari internet kalo gak salah. Terus saya liat-liat kok bahasannya menarik gitu. Kadang mereka itu ngasih informasi bener kadang juga salah. Dan sekarang malah adminnya di penjara”
- P : “terus pertama kali ngakses akun politiknya tokoh politik itu kapan?”
- I2 : “itu smp era nya pak sby”
- P : “kenapa kok ngikutin pak sby?”
- I2 : “karena pak sby tuh salah satu contoh pemimpin yang saya segani juga sih. Karena dia tuh mampu mengondisikan situasi yg bener-bener dari kacau jadi tenang gitu dalam waktu yang singkat. Menurut saya dari semua presiden ya, dia tuh hampir mirip kayak pak harto. Kalo jamannya pak bj habibi kan nggak kan, dia malah diturunin. Dari jamnya gus dur juga diturunin. Megawati tambah kacau hehe. Ya pak sby itu yang mampu mengubah itu dan menstabilkan perekonomian indonesia.”
- P : “terus tau akunnya pak sby tuh dari mana?”
- I2 : “taunya dari berita dulu karena kan viral banget kan. Presiden punya twitter gitu.”
- P : “kalo yang pilgub jatim sendiri kamu dukung siapa?”
- I2 : “karena ada salah satu kaka kelas yang jadi tim suksesnya paslon bu khofifah, terus dari sana ada tag-tagnya saya buka kan dan saya liat-liat disitu”
- P : “terus kenapa jadi tertarik gitu?”
- I2 : “beliau perempuan kan dan beliau udah ikutin pilgub ini udah berkali-kali. Dan beliau masih tetap berambisi gitu.”
- P : “terus kamu biasanya akses akun ini di mana? Di rumah?”
- I2 : “lebih dirumah sih. Kalo di kampus ntar dikira kayak tim suksesnya gitu hehe”
- P : “jadi ada ketakutan buat menunjukkan afiliasi politikmu?”
- I2 : “karena disini saya juga sebagai anggota permahi. Permahi itu perhimpunan mahasiswa hukum indonesia jadi saya dituntut untuk netral. Jadi saya ngga boleh condong ke satu partai gitu.”
- P : “berarti kamu buka akun bu khofifah berapa kali? Semingguan mungkin?”
- I2 : “dikit sih cuman buat iseng-iseng doang. Dulu awalnya sih waktu beliau di undang di unair di kampus c tuh saya iseng buka instagram nya. Terus saya liat beliau nge-post apa aja. Apa yang beliau lakukan kegiatannya dan terakhir kali tuh saat ya itu kakak kelas jadi tim sukses paslon bu khofifah itu”
- P : “terus pakainnya bu khofifah itu seperti apa? Apa dia menunjukkan simbol”
- I2 : “iya dia menunjukkan. Karena dia berhijab.”
- P : “jadi hijab termasuk dalam simbol agama gitu ya?”
- I2 : “itu simbol agama”

- P : “selain pakaian. Itu apa aja sih simbol agama? Selain pakaian sama latar belakang tadi sudah di jelaskan. Yang mungkin dari agama lain selain islam juga gakpapa”
- I2 : “mungkin dari aksesoris juga kan. Temen saya juga banyak yang dia tuh pake gelang salib, ada juga temen saya dari cara makannya dia seorang hindu dia nggak makan daging sapi”
- P : “yang dalam iklan politik sendiri”
- I2 : “kalo setau saya lebih dominan islam sih kalo agama lain nggak”
- P : “waktu di ibu khofifah itu ada nggak kegiatan politik bu khofifah yang kamu liat dia mengunjungi mungkin tempat-tempat yang keagamaan gitu?”
- I2 : “kalo bu khofifah kurang tau. Kalo gus ipul saya tau pernah ke pondok waktu itu dan beliau ngadain pengajian bersama disana. Kayaknya itu semi-semi agama semi-semi politik. Agamanya karena beliau ikut ceramah disana dan politiknya juga sekalian mempromosikan karena orang pondok kan kebanyakan ada yang sudah cukup umur dan bisa untuk memilih gitu”
- P : “terus apakah dengan kunjungan itu jadi sesuatu yang menarik gitu latar belakang tempat itu”
- I2 : “bukan menarik sih, disitu kita bisa liat “oh lebih condong kesini kesini” justru malah memperlihatkan keterpilihan. Jadi kalo dia lebih condong ke misalnya sering ke pondok, dia itu malah ngeliatin dia tuh pencitraan banget gitu. Yang saya sudah bilang tadi jawa timur itu bukan hanya orang muslim tapi oleh seluruh umat beragama.”
- P : “terus bahasa yang digunakan oleh kedua calon ini menurut yusuf udah bisa menggambarkan gak visi misinya dia?”
- I2 : “bahasa dalam artian gimana?”
- P : “bahasa. Penggunaan kata katanya itu bisa merangkul kalian gitu?”
- I2 : “kalo dari bahasanya sih bisa sih. Karena dia juga mencoba membaur dengan jawa timur yaitu menggunakan bahasa jawa “ojo lali rek coblos brengos e!”. Nah itukan udah nunjukin dia itu udah membaur dengan jawa timur”.
- P : “terus gaya bicaranya gimana menurut kamu? Ada perbedaankah ?”
- I2 : “kalo saya liat sama sih, apalagi mereka basicnya dari pondok semua kan gus ipul lulusan pondok, bu khofifah juga lulusan pondok. Jadi mereka bahasa yang kalem. Kalem semua menurut saya”
- P : “terus kekaleman itu apa bisa menggambarkan visi misinya mereka?”
- I2 : “bisa sih. Karena dari visi misi tuh ngeliatin... Tapi juga gini terkadang tuh ada orang itu yang ngomongnya lantang tapi dalam penerapan visi misinya itu ngga sesuai. Apalagi di politik kan jadi apapun visi misinya belum tentu juga dijalankan. Jadi menurut saya kayak bahasa itu tidak menjamin orang menerapkan visi misinya atau nggak.”
- P : “tadi bisa diliat ya misalnya agama di pilgub jatim ini menggambarkan islam banget ya. Terus ini kamu tangkap dari kunjungan-kunjungan itu dan pakaian. Apakah kamu sudah merasa ada keterwakilan dari mereka, yang dilakukan sebagai seorang muslim. Atau malah nggak ada kesesuaian yang kek harusnya muslim nggak seperti itu di iklan kampanye politik yang di *social media*”
- I2 : “ada kalanya gitu. Ada kalanya saya mendukung. Jadi ketika.. Ketika beliau lagi berdialog dengan masyarakat itu mereka menunjukkan bahwa dia itu seorang muslim. Tapi apa ya hal-hal yang dilakukan tim suksesnya itu yang bukan mencerminkan seorang muslim. Ketika kedua belah pihak tim sukses saing menjatuhkan satu sama lain. Nah itu rasanya tidak mencerminkan seorang muslim gitu”



- P : “tapi kalo yang di *social media* sendiri selama kamu liat simbol-simbol muslim yang ditampilkan tuh sesuai?”
- I2 : “saya liat sesuai.”
- P : “berarti kamu menerima tapi...”
- I2 : “saya itu menerima jika mereka sportif gitu dalam persaingan politik. Tapi yang mereka saling menjatuhkan satu sama lain itu tidak sesuai dengan islam.”
- P : “menurut kamu porsi... Kan paslon ini ikut mengucapkan hari raya dan sebagainya. Apakah porsi yang ditampilkan itu sesuai atau nggak? Enggak ini kurang seharusnya”
- I2 : “sesuai sih. Jadi sebenarnya islam itu toleransi sih toleran. Mungkin kita pake teorinya gus dur yaitu teori pluralisme. Jadi kita tuh merangkul semuanya bukan kita pilih-pilih. Cuma ke islam kita baik ke semuanya enggak. Jadi kita tuh nggak perlu. Apalagi sebagai tokoh politik kita juga perlu untuk menghargai satu sama lain”
- P : “terus kita balik lagi ya ke yang cara kalian berdiskusi nih sama temen-temen. Itu biasanya ada yang memulai dulu atau kamu yang memulai?”
- I2 : “ada yang memulai. Terkadang temen saya terkadang saya.”
- P : “terus yang dibahas apa aja sih selain yang viral-viral aja atau emang waktu itu yang viral”
- I2 : “kebanyakan sih yang viral. Kadang ngga *publish* tapi temen saya tau”
- P : “itu tuh apa yang dibahas? Isu-isu yang dimunculkan seperti apa dalam diskusi kalian?”
- I2 : “yang jelas isu politik sih. Jadi ada yang terkenal korupsi kek zumi zola awalnya menggebu-gebu gitu membela keadilan rakyat kecil ternyata kena kasus suap kan. Terus juga ada kasus diskriminasi dari polisi yang tiba-tiba dia tuh memukuli seorang warga.”
- P : “kalian mendiskusikan itu berdasar fakta atau ada mengalir aja?”
- I2 : “kita ngomonginnya berdasar fakta. Apalagi sayaa *basicnya* hukum kan jadi saya sangkut pautkan dengan undang-undang. Jadi ada temen yang ngga setuju ya kita saling diskusi debat gitu sampe menemukan titik temu”
- P : “terus ada ngga acuan misal media tertentu yang bikin kalian yakin? “ini tuh kata ini ini pasti bener” gitu?”
- I2 : “kalo menurut saya sih indonesia itu terbagi atas dua media. Yaitu tvone dan metro tv. Itu dua kubu yang saling beda banget. Di satu sisi metro tv lebih pro pada pemerintahan satu sisi tv one lebih kontra ke pemerintahan.”
- P : “terus biar kamu yakin itu yang bener yang mana apa yang kamu lakukan?”
- I2 : “saya cek di faktanya”
- P : “kan kamu nggak bisa menyentuh pemerintahan secara langsung kan. Kan masih mahasiswa”
- I2 : “nah saya kan gabung di grup permahi kan. Terus di grup teorika jadi teori-teori hukum. Kita juga saling diskusi jadi kita *copy* di grup whatsapp kan beritanya kita *paste* disana kemudian kita diskusi apakah benar seperti ini. Contoh hal yang baru tanggal 17 agustus besok itu ada pengesahan ruu kuhp yang bakal mengurangi kinerja kpk. Nah disitu dicari kebenarannya apakah bener kayak gini. Dpr sama pemerintah ingin mengesahkan ruu kuhp apa bener. Dicari-cari informasi dan ternyata emang bener”

- P : “terus di grup kalian itu apa ada yang suka memberikan isu-isu yang nggak bener gitu. Terus gimana cara kalian *handle* temen kalian?”
- I2 : “banyak sih. Kalo kayak gitu di grup permahi sih. Ada satu anak dia itu sering ngesend hoax-hoax. Yauda sama temen diingetin. “hati-hati bro hoax. Ada undang-undang ite” ya lama-lama dia sadar sendiri sih.”
- P : “jadi caranya mengontrol dengan undang-undang ite?”
- I2 : “iya hahaha lumayan 2 tahun hehe”
- P : “terus yusuf aktif nggak sih kayak dalam kegiatan-kegiatan agama aktif nggak sih?”
- I2 : “karena ayah juga ketua takmir masjid ya. Jadi diperintahkan hehe disuruh dimarahi”
- P : “kalo itu tadi yang agama ya. Politiknya selain permahi ada ngga yang politik-politik gitu kan mau join politik kan gak boleh. Terus ada ngga kegiatan lain yang menyerempet ke politik”
- I2 : “apa yaa kegiatan lain yang nyerempet politik.. Gaada sih. Bisa dikatakan netral”
- P : “mungkin ada satu diskusi yang menarik bisa diceritain mungkin. Waktu pilkada jakarta itu kan ada simbol agama yang dimunculkan itu jadi senjata untuk menjatuhkan lawan nah itu pernah ngga didiskusin? Dimana?”
- I2 : “sering banget! Kalo kasusnya pak ahok dan masyarakat muslim itu banyak sih indikasinya. Kan kembli ke niat, karena niat itu tahunya dirinya dengan tuhan jadi banyak yang diskusi apakah bener pak ahok itu berniat secara sengaja ngomong seperti itu atau nggak. Nah terus jadilah diskusi itu. Dan akhirnya juga ada yang bilang gini “mungkin pak ahok itu lagi capek dikarenakan banyak banget yang nyangkut pautin sama agama dia bialng itu ngga sengaja, keceplosan ngomong gitu”.”
- P : “jadi kalau bisa disimpulkan kecenderungan anak muda buat ngebahas politik dengan berdasarkan fakta-fakta yang diterima dia? Nah itu apakah rutin dibahas pas ketemu aja gitu?”
- I2 : “rutin dibahas sih. Jadi walaupun kita juga lagi liburan sih ini kadang gitu ada temen yang aktif ngirim-ngirim gitu “gimana rek? Menurut kalian gimana?”. Apalagi sekarang media tuh mulai dijadikan bahan untuk menggiring opini masyarakat nah itu yang bahaya tuh”
- P : “terus kalo kalau bisa diukur.. Nah itu diskusi itu apakah perhari perminggu apa gimana?”
- I2 : “seenggaknya per minggu ada 5kali 3kali”
- P : “dengan topik yang sama atau gimana?”
- I2 : “terkadang dengan topik yang sama dengan kemajuan informasi yang baru. Terkadang dengan berita yang lain.”
- P : “yusuf pernah gak yusuf masuk ke kegiatan salah satu calon? Atau dua-duanya mungkin? Atau diajak? ”
- I2 : “dulu pernah gak sih. Waktu pemilihan legislatif. Jadi ada.. Beliau itu sudah dianggap kayak sebagai keluarga sendiri gitu terus beliau nyaleg. Jadi calon legislatif. Dan kita juga turut aktif dalam kegiatannya. Bukan berarti, bukan berarti saya ikut partainya bukan. Cuma mendukung personalnya aja.”
- P : “pernah dateng ke diskusi yang melibatkan salah satu calon tidak? Mugkin di pilgub jatim pernah gak? Gus ipul atau bu khofifah”
- I2 : “enggak. Karna kegiatan seperti itu menurut saya itu hal yang gak guna. Malah bagi-bagi duit. Dan faktanya seperti itu”
- P : “oh gitu?”
- I2 : “iyaa.. Dulu pernah dikasih tahu temen. “ktp-mu mana ktp-mu? Tak fotokopiin terus tak kasih satu orang seratus ribu.”

- P : “itu waktu apa?”
- I2 : “itu waktu pilgub”
- P : “pilgub yang?”
- I2 : “yang kemarin.”
- P : “waktu pak soekarwo nyalon?”
- I2 : “iya..”
- P : “itu kalian belum punya ktp gak se?”
- I2 : “belum belum belum.jadi itu temen, temen saya tetangga. Itu udah minta ke orang tua-orang tua itu kan gak tahu apa-apa dimintain. Terus terakhir kali itu apa yaa.. Atau pemilihan legislatif. Lupa. Pokoknya kalau udah ada calon dprd itu udah ada banyak pasang banner-banner gitu. Banner dan pembagian uang. Jadi setiap rt itu yang mau dukung si a misalnya. Mau dukung si a ntar dikasih- dikasih uang 5 juta. Dikasih gerobak sampah. Pokoknya saling bagi-bagi duit gitu.”
- P : “jadi memang memutuskan tidak mau dateng ke acara seperti itu”
- I2 : “karna gak guna”

**Informan Ketiga – Ayu (I3)**

- P : “halo siapa namanya?”
- I3 : “ayu”
- P : “ayu bisa diceritain dulu nggak tentang dirinya ayu sendiri dulu. Namanya, sekolah di mana terus kegiatannya di sekolah apa, sehari-harinya apa?”
- I3 : “saya sang ayu putu yuania pramesti mahasiswa s1 ilmu komunikasi angkatan 2017. Eee ya....”
- P : “kegiatannya ngapain aja ni kalau kuliah terus?”
- I3 : “ya kebanyakan kayak lebih sering kuliah pulang sih.”
- P : “kupu kupu ya?”
- I3 : “cuman kadang kalau lagi *mood* sih main”
- P : “ayu ikut dalam organisasi tertentu nggak? Misalnya kayak kegiatan mahasiswa atau politik-politik gitu”
- I3 : “kalau untuk ke politiknya sih nggak sih, cuman saya anggota aktifnya ukm kerohanian hindu di unair”
- P : “oh gitu, eee kita ee masuk ke media habitnya ayu ya. Ayu ini mulai main sosial media ini sejak kapan?”
- I3 : “eee... dulu sih sempet kalo nggak salah sd sih facebook”
- P : “ooo gitu atau sebelum facebook dulu main internetnya sejak kapan?”
- I3 : “main internet sih sebenarnya lebih ee mula-mula tu emang waktu punya facebook itu. Sebelum-sebelumnya kayak nggak pernah. Bukan nggak pernah sih, kayak sedikit banget.”
- P : “sd tuh kelas berapa?”
- I3 : “itu sekitar kelas 4 atau kelas 5 kayaknya”
- P : “nah itu kalau di facebook itu dulu ngapain aja sih?kegiatannya ngapain? Eee... nyari-nyari temen atau apa berita-berita gitu”
- I3 : “eee... lebih ke nyari temen sih dan ngalay juga di status”
- P : “alay?”
- I3 : “hee....”
- P : “terus kalo facebook itu dari sd,kalo instagramnya sejak kapan?”
- I3 : “instagram kalo nggak salah sekitar smp ”
- P : “smp?”
- I3 : “smp atau sma gitu”
- P : “nah di eee... instagram itu. Ayu ngikutin siapa aja? Atau ada nggak kriteria-kriteria tertentu orang yang ayu ikutin ”
- I3 : “yang pasti sih yang aku kenal dan tahu. Terus selain itu kadang publik figur juga ”
- P : “itu apa yang bikin kamu ngikutin publik figur. Kriteria kayak aku nge fans sama orang ini karena dia itu cantik atau dia itu berwibawa atau gimana”

- I3 : “eee... lebih ke keseluruhan sih lebih karena menarik ya. Kerena cuma sebagian besar kayak ngefans atau kagum atau emang pengen tau aja
- P : “lebih ngefollow karena kontennya atau orangnya?”
- I3 : “orangnya sih”
- P : “terus eee biasanya kapan sih ayu biasanya ngakses instagram?”
- I3 : “eee ketika waktu luang sih dan kalau ada kuota juga hehehe”
- P : “itu awalnya kayak ada waktu khusus nggak misalnya bangun tidur ngecek atau mau ini mau makan atau sesering apa?”
- I3 : “setelah selesai kuliah atau misalnya ketika kuliah lagi nganggur atau malem-malem biasanya nggak bisa tidur kayak gitu sih.”
- P : “kalo bangun pagi langsung ngecek instagram atau nggak?”
- I3 : “eee...kalau ada notif iya kalau nggak ada notif nggak”
- P : “terus apa biasanya ngeceknya sama siapa? Sendirian atau rame-rame sama temen-temen.”
- I3 : “biasanya sendirian sih karena aku nggak terlalu suka kayak lagi ngecek instagram pribadiku terus kayak orang-orang itu kayak ngeliatin gitu ”
- P : “tapi ada nggak satu kondisi yang bikin kamu nge-*share* konten instagrammu sama temen-temen?”
- I3 : “ada ”
- P : “itu waktu apa?”
- I3 : “ketika biasanya kayak vidio-vidio yang lucu-lucu kayak gitu terus atau mungkin kayak video yang emang biasanya bercandaan antara temen-temen sama aku gitu”
- P : “terus kalo kontennya menarik baru di share gitu ya? Terus yang ayu tahu tentang kampanye itu apa sih? Kampanye dulu nih”
- I3 : “ eee.... Kampanye tuh kayak ee apa ya semacam promosi diri ketika menjelang pemilu sih yang aku tau. Biasanya paslon-paslon tuh kayak berlomba-lomba untuk memperkenalkan diri mereka untuk menunjukkan apa ya ini loh misal ”
- P : “apa sih iklan kampanye yang mungkin yang eee... ayu lihat yang paling legendaris gitu ya, ini tuh iklan yang ga bisa lupa atau ada nggak satu iklan tertentu atau beberapa iklan yang menarik buat ayu?”
- I3 : “eee... aku nggak tau sih ini termasuk iklan apa nggak tapi biasanya kayak .....”
- P : “sebutkan namanya ya”
- I3 : “e.... He’eh. Itu sering orang-orang kayak ya paslon sih terutama maksudnya. Kayak tau-tau tuh lebih sering kayak misalnya nihh kayak hari raya misalnya. Selamat hari raya gini, kayak nge *share* kayak semacam poster di instagram atau di mana kayak gitu sih.”
- P : “kalau dulu di tv gitu ayu suka lihat iklan kampanye kan?”
- I3 : “jarang”
- P : “oh jarang? Ada nggak iklan kampanye yang bener-bener melekat gitu buat ayu? Waktu kecil mungkin kenal di tv atau di radio”
- I3 : “ehmmm... kayaknya nggak sih. Mungkin paling cuman kayak lihat berita-berita lihat mereka kunjungan kemana di ”

- P : “berarti nggak pernah liat iklannya nasdem ya?”
- I3 : “eee.... Itu nggak ya iya sih hymnnya ke mana-mana cuman kayak karena aku sendiri jarang nonton tv kan. Jadi bener-bener kayak gitu tuh kayak karena lebih temen-temen tuh sering bercandaain kayak gitu.”
- P : “oke terus eee.... Menurut ayu kenapa suatu iklan atau kampanye iklan itu bisa menarik itu kenapa?”
- I3 : “eee....”
- P : “pengambilan *angle* yang bagus atau”
- I3 : “eee.... Bisa sih *angle* yang bagus atau mungkin biasanya sesuatu itu berkaitan sama kita nih misalnya aku eee.... Hindu gitu terus misalnya mereka ada iklan kalo mereka ngucapin selamat hari raya nyepi atau karena ya mungkin kebetulan aja aku lagi merhatiin tv waktu itu, kayak gitu sih.”
- P : “terus berarti ayu nggak sering ya lihat iklan kampanye kayak gitu?”
- I3 : “nggak terlalu sering sih”
- P : “oh nggak terlalu sering. Seminggu mungkin ada lihat?”
- I3 : “ya mungkin sekitar satu atau dua kali sih”
- P : “terus eee... biasanya ayu ngikutin siapa di instagram atau pernah lihat siapa di instagram”
- I3 : “sama bu eee emil dardak tuh....”
- P : “emil?”
- I3 : “sama siapa tuh satunya?”
- P : “khofifah?”
- I3 : “ya cuma bu khofifah nggak terlalu sih”
- P : “itu apa yang ditampilkan sama mereka? Yang kontennya paling banyak tuh apa?”
- I3 : “lebih ke kunjungan-kunjungan mereka sih ke daerah-daerah kayak gitu”
- P : “ayu lebih suka yang mana yang dia mengucapkan apa selamat hari raya apa kunjungan itu apa yang berpidato. Pilih yang mana?”
- I3 : “lebih ke kunjungan sih. Karena itu lebih kayak apa ya? Kalo dibilang mereka ingin menunjukkan bahwa mereka peduli itu lebih pada cara yang lebih efektif sih kalo menurutku”
- P : “menurut ayu kampanye di *social media* untuk sekarang itu sangat berpengaruh, berpengaruh aja atau biasa aja, atau nggak berpengaruh sama sekali malah?”
- I3 : “eee... kalo misal sih kayaknya berpengaruh banget ya. Karena orang-orang zaman sekarang tuh eksisnya di *social media* dan itu kayak apa ya dan bahkan aku pribadi pun lebih sering di *social media* daripada lihat tv kayak gitu. Jadi ya kayaknya berpengaruh juga sih karena banyak pasti pengguna *social media*”
- P : “kalo di jalan-jalan udah lihat udah banyak ya? Tapi mempengaruhi ayu nggak buat memikirkan untuk memilih si dua calon ini?”
- I3 : “sempet terpikir sih jadi kayak cuman kan kayak di jalan-jalan kan kayak apa namanya baliho-baliho tuh kayak.... Apa ya cuman.... Apa ya kayak ngelihat oh ini calonnya jadi belum yang kayak mikir banget apa sih kelebihan dan kekurangan mereka sih kayak gitu”
- P : “ok, terus kalo ayu sendiri kan udah kuliah nih sejak kapan sih ngenal politik gitu? Kenal dari sd kah udah dikenalkan politik gitu?”
- I3 : “kayaknya le eee.... Udah dari kecil cuman lebih merhatiannya sejak smp sih, sedikit-sedikit.”

- P : “oh gitu, itu siapa yang ngenalin politik ke ayu pertama kali?”
- I3 : “emmm.... Ya orang tua ya guru, temen-temen ya mungkin kuliah gini ya dosen kayak gitu sih”
- P : “kalo guru, guru dulu ya. Itu gimana cara mereka mengenalkan politik kayak gitu?”
- I3 : “eee... biasanya kan ada waktu sekolah tuh kayak pkn kayak gitu-gitu. Jadi kadang materinya pun membahas tentang politik dan itu sama beliau-beliau dijelasin kayak gini-gini-gini-gini”
- P : “pernah nggak dia menceritakan oh karakter yang bagus tuh seperti ini atau?”
- I3 : “yang paling aku inget tuh ada guruku pkn sma. Beliau ini sering cerita tentang tokoh-tokoh gitu cuman emang....”
- P : “gapapa kalo emang mau disebut, disebut aja tokohnya nggak papa...”
- I3 : “cuman eee.... Mereka tuh lebih sering kayak soekarno kayak gitu atau siapa ya saya nggak terlalu inget sih namanya. Cuman kayak apa ya dia tuuh sering cerita gitu kayak eee... ini lo dulu tu waktu zaman ini tuh kayak gini. Dulu dia tuh pernah kayak gini, kayak gitu. Jadi sampai sedetil-detil nya dan aku tuh nggak seberapa nyambung dan nggak seberapa inget juga kayak gitu.”
- P : “jadi itu mempengaruhi nggak buat ayu milih di kehidupan sekarang itu dari kata-kata guru itu?”
- I3 : “eee.... Cukup berpengaruh sih ”
- P : “cukup berpengaruh ya?”
- I3 : “he’eh, cuman kadang kayak sekarang nih udah waktunya milih kayak nginget-ninget ada nggak sih orang ini misalnya pernah denger sesuatu yang buruk tentang orang ini kayak gitu”
- P : “terus kalo mislanya tadi kan guru, terus kako yang orang tua tu gimana cara mengenalkannya seperti apa?”
- I3 : “kalo orang tua tuh lebih ke saya yang nanya sih misalnya lagi lihat berita di tv misalnya eee... ada tokoh politik yang ini, ini tuh bisanya aku nanya inih uh kasusnya apa? Orang ini tuh siapa? Kok bisa kayak gini kayak gitu sih. Mereka menjelaskan oh ini tuh kayak gini, dia itu misalnya tokoh politik berpengaruh dia itu kena kasus karena kayak gini, kayak gitu sih”
- P : “terus itu *continue* nggak maksudnya ayu menanyakannya tuh satu minggu tuh ada satu bulan tuh berpa kali atau ya senemunya aja mbak atau ngejar terus? ”
- I3 : “ya senemunya sih cuman kadang misalnya kayak kebetulan kayak abis kuliah nih kayak gini gini gini terus aku penasaran aku tanya”
- P : “eee... terus orang tuanya ayu sendiri apa pekerjaannya?”
- I3 : “orang... papa saya karyawan swasta karyawan di bank. Cuma sebentar lagi sudah mau pensiun sihh mungkin minggu depan apa gimana, kalau mama saya perawat di rumah sakit katolik di depan william hood.”
- P : “berarti nggak ada politik gitu yang mereka anut atau mungkin eee... orang tua ayu tuh ngikutin satu partai yang ini atau setuju sama partai tertentu ada nggak?”
- I3 : “mungkin kalau masalah politik lebih ke papa sih karena papa kan lulusan hukum jadi lebih mengacu kesana. Cuma kalau untuk ngikutin yang tertentu kayaknya nggak sih, cuman kayak lebih ke kalau misalnya kayak kampanye jaman-jaman kampanye kayak gini paling kayak eee... bilang kayak eee.... Denger misalnya dari temennya atau gimana orang ini lo kayak gini tapi nggak yang kayak mengikuti satu partai politik”
- P : “berarti nggak pernah diajarkan oh... inih uh harus kayak gini gini gini nggak ada ya?”
- I3 : “nggak sih”
- P : “terus eee.... Apa bentuk partisipasinya ayu sendiri tuh seperti apa sih? Untuk yang sekarang kan udah mulai milih kan? Itu gimana bentuk?”

- I3 : “lebih ke pemilu sih, lebih milih ke milihnya dan mulai lebih sering lihat kampanye juga”
- P : “ayu pernah nggak tertarik atau pengen ikut nyoba kampanye eee... Misalnya ni ada kampanye ayu pengen ikut *join* di situ pernah nggak berpikiran?”
- I3 : “eee... kalau untuk ikut kampanye sendiri kayaknya nggak sih karena emang aku sendiri nggak terlalu yang gimana sama hal-hal yang seperti itu”
- P : “terus eee... tadi kan bilang tentang yang pip ya? Ada sih mata kuliah di kampusnya ya”
- I3 : “he’eh”
- P : “itu pengantar ilmu politik, itu apa yang ayu dapetin dari situ?”
- I3 : “banyak sih heheh”
- P : “politik itu apa sih kalau dari ini, yu?”
- I3 : “kalau aku sih sebenarnya ya jujur aja sebenarnya nggak terlalu yang gimana waktu politik karena emang gak tau sih tiba-tiba kayak itu matkul yang menurutku paling parah tiap aku kuliah gitu. Cuman aku belakangan ini lebih yang paling aku dengerin itu ya itu partisipasi politik yang kayak gitu. Terus abis itu sempet ada tugas aku lupa materinya apa itu karena emang.... Kan aku sendirinya lebih sering ngetik kan tugas-tugasnya kayak apa ya itu tuh masuk terus keluar.”
- P : “apa contohnya mata kuliah nya yang ngeharusin kamu buat ngikutin politik gitu?”
- I3 : “ada sih cuma aku lupa nama materinya apa”
- P : “nggak papa sih, disuruh ngapain?”
- I3 : “waktu itu memang dari awal tuh dosennya bilang kita tuh diusahakan setiap mata kuliah kita tuh baca koran setaiaap pagi, terus ya nyari-nyari fenomena politik kayak gitu. Itu sempet kalau nggak salah masalah apa ya? Aku lupa. Pokoknya tentang ya politik di indonesia juga cuma aku nggak terlalu yang gimana-gimana, jadi cuma temen-temen kan ngasih kesimpulan aku tinggal ngetik sama nambah-nambahin materinya sedikit gitu sih.”
- P : “kesimpulannya apa yang kamu dapetin dari tugas itu misalnya suatu contoh tugas pemilih tuh seperti ini apa karakteristik pemilih surabaya tuh seperti ini misalnya atau apa?”
- I3 : “eee... waktu itu sempet sih kalau nggak salah tugas terakhir sempet bahas tentang kayak cara komunikasi politik kayak gitu, gimana sih kayak komunikasi politik dalam kampanye tuh kayak gimana? Kayak gitu-gitu. Dan apa ya kayak juga tentang partisipasi orang-orang eee... ketika pemilu kayak gini, kayak gitu sih.”
- P : “yang partisipasi pemilunya tuh seperti apa yang dicontohkan sama dosennya?”
- I3 : “sebenarnya bukan lebih ke partisipasinya sih waktu itu kayak lebih ke apa namanya kayak cara.... Cara paslonnya sendiri sih dan itu tuh apa ya kalau aku nangepnya tuh kayak mereka itu terlalu yang mengekspresikan diri dalam kampanye. Menurutku kayak cenderung... karena gini kan kayak nggak semua orang gitu percaya sama partai politik kan... karena pada praktiknya pun banyak yang mereka kampanye itu menunjukkan ini lo sisi baiknya mereka. Tapi kenyataan pas udah terpilih mereka banyak yang kayak eee... korupsi misalnya kayak gitu dan apa ya para paslon tuh kebanyakan berkampanye dalam komunikasi politik ya, mereka tuh berkampanye itu lebih kayak apa ya lebih ke, jadinya masyarakat suka percaya kayak gitu.”
- P : “yang menurut ayu bikin mereka percaya tuh apa, harusnya gak cuma nonjolkan diri sendiri. Harusnya apa dong?”
- I3 : “kalau menurutku lebih ke pengalamannya mereka di masa lalu, misalnya nih jokowi anggaplah eee... kan beliau pernah jadi walikota solo kalau nggak salah dan itu udah terbukti kinerjanya baik, beliau juga pernah sempet jadi apa jakarta (gubernur).. Jakarta juga kan? Nah kinerja baik, kayak gitu kan jadi orang ini lo dulu tuh kinerjanya bagus. Berarti dia emang terbukti kinerjanya bagus nggak yang ”



- P : “kalau misalnya itu tadi berarti lebih menonjol ke pengalamannya dia, terus misalnya kalau agama tuh mempengaruhi nggak buat memilih menurut ayu orang ini mempertimbangkan nggak faktor agama?”
- I3 : “kalau aku pribadi sih menurutku eee... faktor agama tuh bisa dibilang apa ya penting tapi juga nggak sepenting itu”
- P : “pentingnya kenapa nggak pentingya kenapa?”
- I3 : “penting karena apa ya karena dengan mereka kayak misalnya nih di iklan kampanye atau apapun itu misalnya ada hari raya misalnya hari rayanya kristen, hari rayanya hindu, budha semuanya kayak ngucap... eee... memberi eee... mengucap dan mengunggah iklan tentang selamat hari raya kayak gitu. Menurutku itu kayak sebagai wujud kalau mereka itu menghargai perbedaan agama yang ada di indonesia. Cuman apa ya kalau dibilang terutama dalam kampanye partai politik kalau dibilang untuk mereka peduli itu rasanya kurang sih karena menurutku seharusnya mereka kalau memang peduli ingin menunjukkan kepada masyarakat kalau mereka peduli lebih turun ke lapangan sih, misalnya... Contohnya kasus kemaren kan ada pengeboman di gereja itu mereka lebih kayak turut serta gitu entah dalam memperbaiki gereja yang sudah rusak atau mungkin memberikan santunan kepada para korban kayak gitu sih, nggak cuman ngucapin selamat hari raya itu aku nggak setuju”
- P : “itu pentingya ya? Kalau nggak pentingya gimana?”
- I3 : “ya, kalau nggak pentingya termasuk itu juga tadi sih karena kayak... maksudnya cuman ngucapin hari raya itu menurutku cuma sekedar bentuk menghargai adanya perbedaan, tapi mereka belum tentu peduli. Menghargai belum tentu peduli, kalau misalnya peduli tuh kayak ya lebih misalnya kayak ada pengeboman gereja kemaren mereka lebih mereka berkontribusi misalnya dalam memperbaiki gereja itu juga atau eee... memberikan santunan kepada keluarga korban terlepas dari apa apapun agama para tokoh politik kayak gitu sih.”
- P : “terus apa kan kalau sekarang itu mulai kampanye di sosial media, apa sih yang ayu tau tentang kampanye di sosial media, iklan kampanye di sosial media itu apa menurut ayu?”
- I3 : “eee... aku tuh kalo ngelihat instagramnya para paslon tuh kayak sering gitu kunjungan ke daerah sini misalnya atau kunjungan ke para pemuka agama kayak gitu-gitu atau ke panti asuhan semacam itu sih”
- P : “berarti kampanye itu menunjukkan kegiatan mereka dalam berkampanye itu ya? Terus menurut ayu simbol moralitas atau simbol agama itu apa?”
- I3 : “mmm...”
- P : “apa simbol agama tuh apa menurut ayu?”
- I3 : “mungkin eee...”
- P : “semacam apa?”
- I3 : “mungkin ya semacam apa ya simbol yang kayak menunjukkan suatu agama tertentu”
- P : “apa aja bentuknya yang ayu tau? Yang ayu pernah lihat di sosial media mungkin, di sosial media paslon tadi”
- I3 : “eee... kalo contohnya kalo misalnya muslim mereka menggunakan baju muslim misalnya kayak apa koko terus pakai peci atau jilbab mungkin. Kalau di hindu tuh mereka kebanyakan eee... siluet pura kayak gitu dan semacamnya kayak kristen juga gereja kayak gitu sih.”
- P : “itu penting ga sih buat ngucapin itu?”
- I3 : “kalau ngucapin penting yang nggak penting gimana ya? Ya maksudnya mereka ya menghargai sih mereka mengucapkan seperti itu berarti mereka menghargai, mereka menganggap ada agama tersebut di indonesia. Tapi kalau apa ya... bisa dibilang itu juga kayak lebih jatohnya kayak di aku sendiri tuh kayak pencitraan sih. Maksudnya kayak dalam artian .... Apalagi kalau sebelum-sebelumnya mereka nggak seperti itu, karena apa ya... nyakitin sih kalau mereka ngucapin kayak gitu kalau cuma karena tuntutan tugas dan kondisi kayak gitu sih. Jadi karena apa ya... kayak ya mereka ngucapin karena oh karena aku paslon, oh karena aku kepala daerah kayak gitu kayak gimana ya... nyakitin sebenarnya. Mereka nggak tulus dari hati kayak gitu sih”

- P : simbol agama apa aja sih yang pernah ayu lihat? Kita *flashback* lagi” (karna ada kendala teknis)
- I3 : “eee... lebih ke kayak kalo misalnya di muslim memakai peci atau baju koko atau mungkin apa namanya baju eee... jilbab kayak gitu. Kalau di hindu tuh orang-orang kebanyakan pakai eee... pura sih terutama siluet juga terus kalo misalnya kristen katolik itu gereja kayak gitu kalo budha ke vihara ”
- P : “nah ayu itu sejak kapan ngikutin atau ngelihat atau mantau instagram sejak kapan instagramnya si paslon?”
- I3 : “eee... ketika mulai udah apa namanya diumumkan para paslonnya gitu sih. Lebih ke *kepo* pengen tahu terus aku cek instagramnya kayak gitu”
- P : “terus ada hal menarik nggak buat ayu ikutin, oh aku lihat ini tuh pengen lihat pengen tau kegiatannya mereka apa aja sih atau kayak gimana atau citranya seperti apa?”
- I3 : “aku lebih ke pengen lihat kegiatan mereka sih, jadi mereka tuh selama masa kampanye mereka tuh ngapain aja, mereka datang kemana aja, apa aja yang mereka lakukan kayak gitu sih.”
- P : “ nah menurut ayu sendiri di pilgub jatim ya kita ngomongin, ini tuh lebih menggambarkan agama tertentu atau nggak atau menurut ayu tuh ini udah imbang, mungkin bisa dibandingkan dari gus ipul atau pasangan lawan?”
- I3 : “kalau yang saya lihat di akunnya pak emil itu dia lebih ke menekankan.... Ini maaf ya bukan apa, kayak dia lebih menekankan ke muslim sih ke islam, jadi kayak ke agama-agama yang lain tuh masih kurang. Kalau di bu khofifahya itu kalau kayak keagamaan gitu masih belum terlalu menonjol sih nggak kayak yang di pak emil itu tadi ”
- P : “itu tau dia menunjuk ke agama islam itu dari mana?”
- I3 : “banyak sih postingannya dia kayak dia mengunjungi kyai kayak gitu terus dia ngadain apa namanya kayak sholat bersama atau apa sih kayak lebih ke kegiatan keagamaan ”
- P : “itu juga menunjukkan bahwasanya itu lebih ngarah ke islam gitu ya?”
- I3 : “sebenarnya kayak bukan lebih ke itu sih cuma ya memang dia lebih ke aktivitasnya lebih ke yang islam ”
- P : “nah kalau ayu sebagai non muslim itu merasa eee... apa ya penting gak sih agamumu itu dimasukkan kedalam rangkaian acaranya mereka atau atau merasa sudah nggak papa ”
- I3 : “eee... gimana ya? Nggak papa sih kalau ikhlas daripada... daripada jatohnya malah kayak aku lo paslon aku harus menunjukkan eksistensiku atau misalnya kayak apa ya itu emang tuntutan mereka atau kewajiban mereka untuk menunjukkan kebaikan hati mereka ke itu. Jadi ya kalau memang ternyata mereka nggak kayak yang berkeaktivitas untuk menunjukkan kepedulian mereka terhadap agama lain *it's okay*, daripada mereka jatohnya nggak ikhlas”
- P : “itu berarti eee... ayu merasa ada ketidakterwakilan atau merasa sudah diwakili karena mereka ada yang mengucapkan atau masih belum?”
- I3 : “eee... sebenarnya kayak ngucapin hari raya itu ya merasa apa ya terwakilkan ya senang juga karena... ”
- P : “dianggap ada gitu ya?”
- I3 : “ya diaggep ada cuman kalau untuk mengatakan bahwa mereka peduli kayaknya masih sedikit sih. Karena ya... apa ya... kalau memang mereka peduli mereka membikinnya dengan kontribusi langsung”
- P : “eee... ada apa kalau di apa ayu aktif ya di ukm hindu, di ukm hindu atau di organisasi agama hindu ayu itu eee... ada nggak sih eee... mungkin apa kegiatan yang mungkin ceramah atau apa ya cara memilih seperti ini atau eee... memberi edukasi politik ke anak-anaknya itu ada nggak?”
- I3 : “sejauh ini belum seih karena memang belum pernah dibahas kayak gitu sih. Jadi kalau aku pribadi selama... kalau untuk milih pemimpin selama memang orangnya pernah terbukti amanah dan kalau memang dia belum ada maksudnya kayak belum ada pengalaman yang seperti itu ya yang sekiranya menurut saya yang paling baik, paling baik bukan dalam arti kayak oh mereka tuh kampanyenya lebih banyak turun ke masyarakat atau mereka

lebih ke peduli cuman kalau aku melihat kayak cara mereka mengunggah di *social media*, kayak menuliskan *caption* itu kadang aku perhatiin juga. Kayak gini nih mereka iklas nggak sih? Kan kadang kelihatan gitu.”

P : “contohnya yang ikhlas seperti apa?”

I3 : “eee... kalau ikhlas itu kayak lebih ke gimana ya mereka bukan kayak apa ya... Misalnya mereka kunjungan ke mana lalu nunjukin ini loh disini ada seperti ini gini gini gini. Bukan kalau yang kayak kayak ngumbar-ngumbar dalam arti yang kayak aku sudah melakukan ini jadi kayak mereka tuh lebih apa ya kalau mereka cuma, mereka bukan cuma sih mereka lebih ke nulis yang di daerahnya tuh ada ada fenomena seperti ini ada masalah seperti ini lalalalalalala gitu pasti aku lebih... lebih apa ya *respect* daripada mereka menambahkan bahwa mereka sudah membantu, karena menurutku berbuat baik tuh nggak harus dipamerin kayak gitu”

P : “kalau di hindu sendiri tuh ada nggak sih eee... pedoman buat memilih maksudnya kayak kriteria pemimpin yang baik atau cara untuk eee... memilih yang baik atau kita sebagai masyarakat gitu ada nggak diajarkan seperti itu atau seperti apa?”

I3 : “sebenarnya kalau aku selama ini belajar tuh eee... yang aku tangkep ya memilih pemimpin tuh berat sih maksudnya kayak karena mempengaruhi kita juga. Jadi kita harus apa ya... bener-bener pinter kalau memilih karena ya kalau aku pribadi sih lebih ke apa ya... keseharian mereka kan kadang juga... kalau aku sih nggak berpatokan sama agama sih dalam artian kalau aku memang milih dia ya dia gitu. Jadi aku lebih sering ke kayak kadang cerita-cerita sama temen gitu kayak eee... waktu pemilihan presiden yang lalu itu eee... aduh mohon maaf ya bukan apa tapi temen-temen tuh banyak yang cerita kayak kekurangan dan kelebihan jokowi sama prabowo. Kayak misalnya nih jokowi, jokowi kan memang punya pengalaman yang bagus dalam hal kepemimpinan dan praktiknya pun dia memang nggak aneh-aneh tapi dia itu dibelakangnya... dia itu apa ya... dia itu di atasnya ada bu megawati yang nggak ngerti sih mereka tuh nganggep bu megawati tuh negatif. Terus kalau pak prabowo, kalau untuk pak prabowo nya sendiri mereka tuh nganggep kalau pak prabowo itu orangnya tuh baik, maksudnya sama baiknya sama jokowi, cuma orang-orang yang dibelakangnya itu pada suka korupsi katanya sih gitu. Kayak aku lebih dengerin kayak gitu sih daripada patokan.”

P : “kan tadi ngomongin temen ya?? Berarti temen itu juga mempengaruhi pemahaman politiknya ayu kan?”

I3 : “ya”

P : “nah biasanya ada nggak sih waktu-waktu khusus buat diskusi sama temen-temen kayak gitu?”

I3 : “kalau untuk khusus sih nggak sih karena mengalir gitu aja, kayak misalnya dari awal bahas apa aja tau-tau nyambung ke politik kayak gitu sih.”

P : “terus di politik sendiri biasanya temen-temen tuh ngomongin apa aja sih? Kita kan anak-anak muda ni ya, jadi kan sering nanya, saya juga termasuk kedalam golongan kalian sih. Jadi kan pengalaman politiknya rendah, kita kan nggak ada di zaman soeharto, eh kita kan baru lahir. Nah terus apa sih yang dibahas misalnya kalau kita kan nggak punya pengalaman kan tentang itu terus apa aja yang dibahas selain historinya mereka?”

I3 : “kalau dari aku pribadi biasanya aku lebih ke share kayak misalnya aku lo kemaren denger aku dibilangin gitu misalnya, kayak oh si paslon ini atau si tokoh ini kayak gini gini gini. Gimana sih menurut kalian aku sih lebih kayak gitu. Aku sih mereka sih mungkin juga lebih ke dari pengetahuan mereka sih mungkin dari orang tua atau darimana terus akhirnya tuh di diskusiin bareng gitu, misalnya kayak tadi oh nggak... aku tuh justru dengernya beliau tuh kayak gini. Jadi kayak diskusi bareng terus akhirnya yaudah sama-sama saling cerita gitu sih ”

P : “terus apa kan udah ngikutin si paslon nih ayu di instagram. Terus merasa si paslon-paslon ini tuh sudah menggambarkan visi misinya mereka, udah jelas nggak dari postingan-postingan mereka?”

I3 : “mmm... gimana ya kayak aku lebih nangkepnya tuh kegiatan mereka tuh sebagai murni kampanye sih menurutku, karena kalau untuk menggambarkan visi dan misi mereka aku lebih ngelihat ke ketika mereka udah terpilih kayak gitu sih”

P : “bahasa yang digunain sama paslon ini apakah sudah mudah diterima kah untuk apa golongan kalian yang millennial ini?”

- I3 : “kalau untuk aku pribadi sih mudah diterima sih karena bahasanya nggak yang kayak belibet kayak apa ya formal tapi formal yang masih bisa dipahami”
- P : “terus eee... tadi ada yang bilang kalau misalnya eee... paslon ini datang ke pesantren-pesantren kyai-kyai gitu. Apakah si latar belakang dari tempat itu juga mempengaruhi ayu berpersepsi tentang paslon ini ataukah yaudah lah mbak yang penting sama aja mereka kemanapun mereka tetep aja niatnya kampanye. Gimana menurut ayu?”
- I3 : “ya mungkin mempengaruhi sih, karena... apa ya... misalnya kalau misalnya kayak yang dalam hal misalnya mereka mengunggah kayak saya ke sini saya ke situ. Eee... mungkin berpengaruh tapi sedikit karena seengaknya dia menunjukkan kayak dia itu berusaha gitu lo, dia apa ya dalam kampanye itu dia nggak yang cuma setengah-setengah kayak gitu. Cuma ya selebihnya kayak yaudah itu kampanye tapi mungkin aku kan juga nggak tau kayak gitu”
- P : “latar belakang keluarga si calon mempengaruhi atau nggak?”
- I3 : “kalau menurutku eee... nggak terlalu sih mungkin iya tapi nggak... mungkin lebih ke nggak nya karena kalau berpengaruhnya tuh karena apa ya dalam lingkungan keluarga tuh pengaruhnya besar kan sama sikap dan perilaku seseorang tapi apa ya... itu balik lagi ke orang itu sendiri dia bagaimana cara menyikapinya kayak gitu”
- P : “terus aku pengen tanya ayu ini seberapa sering sih ngakses akun nya mas emil atau khofifah kayak gitu gitu”
- I3 : “sebenarnya nggak terlalu sering sih karena juga apa ya?”
- P : “seminggu tuh berapa kali ada nggak?”
- I3 : “nggak tentu sih cuma kebetulan kalau lewat di beranda ya terus yaudah aku lihat-lihat. Terus misalnya kayak aku misalnya lagi nganggur terus tiba-tiba ada sesuatu yang kayak misalnya aku buka instagram terus ada sesuatu bahas pilgub kok aku *kepo* ya? Itu baru aku buka”
- P : “itu paslon itu *difollow* apa buka nya pas kunjungin gini aja?”
- I3 : “ada yang *difollow* ada yang cuman ngunjungin aja”
- P : “yang *difollow* yang...?”
- I3 : “pak emil, yang bu khofifah itu aku *ngefollow* atau nggak ya aku lupa. Kayaknya sih nggak sih”
- P : “berarti gus ipul juga nggak *difollow*?”
- I3 : “nggak”
- P : “kalau misalnya ada berita tentang pilgub gitu ayu nerimanya seperti apa? Langung dibuat bahan diskusi sama temen atau di ada saringan dulu atau seperti apa?”
- I3 : “eee... kalau aku lebih ya nyaring dulu sih misal nya denger terus masak sih gitu atau nggak kayak gitu. Terus misalnya kalau aku ragu-ragu baru aku diskusiin gitu ke orang-orang lain, entah orang tua atau temen atau ....”
- P : “ngecek sumbernya nggak atau sumber beritanya atau dicekin ke twitter atau yang lain?”
- I3 : “tergantung sih kadang kalau emang lagi penasaran banget biasanya aku sampe bener-bener nyari di internet kayak lihat *track record*nya mereka kayak gitu sih”
- P : “contohnya apa? Kasus apa yang bikin penasaran sampai nyari? Mungkin eee... penghinaan agama atau apa atau korupsi atau apa? Yang bikin kamu penasaran bener-bener”
- I3 : “tokoh politik yang bikin penasaran tuh pak ahok sih sebenarnya”
- P : “pak ahok? Kenapa?”

- I3 : “karena kasusnya tuh yang penistaan agama tuh kayak ada yang bilang a ada yang bilang b. Jadi aku kayak lebih nyari sih, sebenarnya tuh gimana sih orang-orang yang bilang nggak tuh kenapa, orang-orang yang bilang iya tuh kenapa kayak gitu”
- P : “itu apa yang sudah kamu dapetin dari cerita itu yang a itu kenapa terus yang b itu gimana?”
- I3 : “kalau yang bilang pak ahok melakukan penistaan agama tuh, aku lebih apa ya... karena aku juga maksudnya kana pa ya yang menyangkut agama islam kan. Dan aku nggak seberapa ngerti ketika mereka membahas kayak ayat ini dan ayat itu. Cuma mereka tuh bilang dia itu kayak apa ya kayak melanggar semacam apa ya ayat ini atau mungkin mereka punya persepsi seharusnya dia tuh nggak boleh kayak gini kayak gitu. Terus kalau yang bilang pak ahok gak melakukan itu mereka bilang kayak kayak apa ya... pemahaman mereka juga menurut saya tuh nggak gini. Jadi lebih ke pemahaman mereka sih sebenarnya”
- P : “kalau kamu sendiri menilainya apakah ahok ini salah atau tidak dalam mencatutkan ayat ini?”
- I3 : “sebenarnya aku juga nggak seberapa ngerti sih kayak salah atau benarnya. Karena aku sendiri juga bukan orang islam kan. Tapi kayak menurutku kayaknya ya aku nangepnya biasa aja sih”
- P : “berarti seharusnya kamu melihat si pilgub ini simbol agama itu sangat penting ya bagi orang ini atau nggak juga sih mbak mungkin orang ini udah menentukan buat memilih ini?”
- I3 : “ya cukup penting sih, tapi bukan yang gimana banget”
- P : “terus eee... media apa sih yang ayu sering baca? Mungkin apa sumber beritanya dari internet, dari koran, tv atau apa?”
- I3 : “biasanya sering sih instagram, line today sama... Kalau line today tuh lebih ke biasanya menyebar-nyebar sih. Kalau di internet tuh biasanya kayak di line today atau misalnya dari instagram terus kan instagram kan nggak seberapa banyak yang mereka tulisin jadi aku cari ke internet kayak gitu sih. ”
- P : “terus apa ada nggak beberapa sumber tertentu misalnya liputan 6, kompas atau apa yang bener-bener seperti itu atau media-media itu yang kamu buka terus gitu?”
- I3 : “nggak... nggak menentu sih. Aku sih nggak menentu sih karena kayak apa ya yang ke... kan misalnya nyari nih tentang a terus keluar semua literturnya. Ya aku sebenarnya baca dari atas sih, cuma misalnya kalau aku ngerasa udah cukup informasinya ya udah”
- P : “tapi kecenderungannya sekarang tuh kalau menurut ayu, kalau saya lihat ya dari ayu mana yang viral mana yang dibuka gitu?”
- I3 : “lebih ke menurut saya menarik sih kayak gitu”
- P : “terus intens nggak buka web-web berita seperti itu?”
- I3 : “jarang sih, ya dibilang jarang banget sih nggak sih, antara jarang dan sering. Jadi nggak tentu gitu.”
- P : “berapa kali?”
- I3 : “ya kadang seminggu bisa tiga atau empat kali kayak gitu sih”
- P : “misalnya di waktu seperti?”
- I3 : “biasanya kalau lagi nganggur dan ada suatu pembahasan yang ‘eh aku penasaran nih’ kayak gitu. Terus aku cari kayak gitu sih”
- P : “kan apa ya kayak pas hari raya agama hindu ya... ayu lihat iklan-iklan seperti itu yang ditampilkan di instagram kan cuma ucapan gitu ya? Terus ayu maunya seperti apa sih yang seharusnya ideal itu melibatkan agama lain selain agama paslon seperti apa?”
- I3 : “lebih ke kontribusi nyata kayak misalnya nih, kan kayak misalnya apa ya dari kasus pengeboman gereja itu mereka membantu dalam hal pembangunannya kah atau mungkin santunan kepada korban atau misalnya kayak di

hindu kan masih banyak pura-pura nggak usah lah jauh-jauh di jawa timur masih banyak karena aku kemaren kan sempet bersosial dan segala macem tuh masih banyak pura-pura yang masih apa ya bukan nggak layak tapi mereka tuh lebih butuh perbaikan kayak gitu. Mungkin paslon atau dari pemerintah juga apa ya... lebih berkontribusi untuk membantu pembangunan di situ terlepas dari apapun agama mereka atau mungkin eee... agama-agama lain juga seperti itu. Jadi lebih ke kontribusi langsung sih, nggak cuma sekadar ngucapin selamat hari raya”

- P : “ada nggak apa ya... kan tadi udah ngerasa terwakili ya dengan adanya simbol agama kayak pura ditampilkan. Tapi ada nggak sih kayak harusnya nggak seperti ini ditampilkan *denial* yang seperti itu?”
- I3 : “belum pernah sih”
- P : “berarti ayu ini yang menerima sepenuhnya berarti iklan itu atau menerima tapi kayak ya harusnya saya menerima tapi ada beberapa ini mbak, ada syarat-syaratnya buat menerima”
- I3 : “menerima tapi nggak bener-bener menerima karena apa ya lebih kayak memepertanyakan. Kayak aku kadang juga kayak masih apa ya kayak aku tuh emang orangnya kayak gitu. Jadi nggak gampang berpikiran positif. Jadi kayak, oh kayak gini. Ya terima kasih sih maksudnya sudah diucapkan selamat hari raya. Tapi ikhlas nggak nih kayak gitu”
- P : “terus apa di kampus itu ada nggak yang pernah nawarin-nawarin kayak politik atau mengenalkan politik selain temen-temen ini?”
- I3 : “kalau nawarin sih nggak sih, paling mungkin kayak yang partai-partai yang di fisip aku nggak sih dan nggak tertarik juga”
- P : “apa pengalaman ayu waktu diskusi sama temen yang paling eee... menarik itu apa? Mungkin sama temen pernah bahas tentang kasus dki itu kan juga soal penggunaan simbol agama ya dan mungkin lebih kontras daripada yang dikampanye sekarang. Mungkin ada perdebatan apa yang menurut ayu tuh penting dan bisa diceritakan di sini”
- I3 : “aku sebenarnya ada sih waktu itu cuma aku nggak seberapa ndengerin mereka, mereka tuh lebih ke diskusi sih kayak kenapa yang masalah ahok yang itu bener-bener viral banget. Nah aku bahas kok gini sih kok gini sih, terus mereka bahas harusnya nggak boleh gini atau misalnya kayak harusnya nggak boleh gini, cuma aku kayak nggak ngerti sih, yaudah kayak aku cuma sepintas nggak terlalu nginget itu kayak gitu sih”
- P : “terus certain dong tentang mungkin kayak tugas-tugasnya ayu. Menceritakan atau menuntut ayu buat ke politik ya khususnya pilgub jatim ya kalau sekarang. Ada nggak yang bener?”
- I3 : “pip sih biasanya, aku aku nggak terlalu ini sih materinya. Cuma kayak aku kan nggak bisa apa-apa maksudnya dalam artian aku waktu ngerjain tuh waktu diskusi tuh kayak ngasih saran atau apa aku lebih milih ke ngetik biar aku nggak kerja. Kan kadang aku juga nggak bisa kayak misalnya gini temen-temen misalnya ngasih poin-poin ini, ini nanti diketik ya kayak gini aku tuh nggak bisa kayak... sedangkan aku tuh bodoh banget dalam politik gitu. Jadi aku kayak nggak bisa sekadar menerima gitu aja, terus aku ketik sesuai apa yang mereka tulis. Jadi kadang kayak ya mau nggak mau aku baca buku juga, aku juga nyari. Terus maksudnya biar aku nangkap, kan aku nggak mungkin asal-asalan terus aku disuruh presentasi gitu kan. Nggak lucu, kasihan banget yang presentasi gitu kan. Jadi kayak apa ya, aku sebenarnya sempet takut sih masuk kelas politik itu karena aku nggak ngerti apa-apa. Cuma nggak seburuk itu, tapi juga disisi lain masih nggak ngerubah ketertarikanku dalam politik, maksudnya dalam artian ketertarikanku dalam politik masih gitu-gitu aja cuma kayak aku jadinya lebih aktif sih, aktif buat apa ya... merhatiin politik. Meskipun sebenarnya nggak terlalu karena aku tertarik kayak gitu”
- P : “eee... mata kuliah lain mungkin selain pip, yang lebih *aware* sama politik ada nggak?”
- I3 : “paling dulu pancasila sih sama kwn cuma nggak ke banyak politik kayak gitu ”
- P : “yang kwn tuh apa yang dikenalkan politik itu sama kamu itu apa?”
- I3 : “eee... waktu itu dosennya itu sempet bahas kayak aku lupa, aku tuh selalu lupa nama orang jadi beliau tuh kayak bahas ‘saya dulu tuh pernah kayak gini gini gini terus ketemu orang ini ini ini atau misalnya ketika ooo itu waktu dulu tuh ada waktu zaman-zamannya pilkada atau pemilu. Terus ada salah satu calon yang kayak gini gini

- gini kayak gitu sih' terus misalnya kalau pancasila sendiri kayaknya nggak terlalu nggak sebanyak kwn. Jadi aku juga kayak angin lalu gitu sih"
- P : "terus apa kalau melihat temen-temennya ayu mereka pada *aware* ke politik apa nggak sih? Menurut mereka politik itu apa penting nggak atau yaudah mereka kayak pasrah dan tidak mau mengikuti?"
- I3 : "kalau temen-temen sekitarku ya..."
- P : "bisa dikelompokkan misalnya yang waktu sma seperti apa, kan ayu udah belajarnya dari smp kan ya. Mungkin ayu dulu pas smp nilai politik seperti apa, sma seperti apa, kuliah seperti apa"
- I3 : "kalau smp itu kebanyakan temen-temen nggak terlalu merhatiin politik sih, karena apa ya mungkin karena kalau aku pribadi mikirnya aku masih jauh dari umur tujuh belas. Jadi buat apa aku merhatiin kayak gitu. Dan juga karena aku nggak terlalu apa ya... nggak terlalu yang tertarik, kayak tertarik tuh kayak cuma kalau ada yang menarik buat aku dan temen-temen juga nggak yang sering bahas politik sih, jarang banget. Terus kalau mulai menanjak sma tuh banyak banget, mulai banyak terutama waktu zaman-zamannya pilpres itu. Meskipun nggak banyak banget sih cuma kayak apa ya kebih... lebih lumayan lah, mending daripada waktu smp mereka masih bahas ini aku kayak dengerin kadang, kadang juga kayak angin lalu. Terus kalau kuliah ini lebih apa ya... meskipun temen-temennya dekat ya... mereka nggak sering sih bahas tentang politik. Cuma apa ya ketika mereka membahas tentang... terutama membahas tentang ada tugas pip tuh kayak satu atau dua tuh mereka kayak eee... apa ya kelihatan kalau mereka tuh lumayan ngerti politik kayak gitu sih. Dan kadang kayak aku belajar dari situ meskipun setelah itu aku lupa karena aku pelupa orangnya. Ya mungkin kalau misalnya kayak urut gitu lo dari smp tuh nggak... nggak, hampir nggak ada, mulai sma mulai banyak, terus kuliah mulai banyak juga kayak gitu"
- P : "buat apa di sosial media tuh pernah nggak sih temen-temen kayak *ngeshare-ngeshare* gitu antar temen tentang politik atau kalian tuh lebih sering diskusinya tiap langsung kah atau apa kecenderungannya?"
- I3 : "kalau *ngeshare* gitu kayaknya nggak sih seingetku. Cuma kalau misalnya diskusi gitu juga mungkin ketika ada pembahasan sih mungkin awalnya lagi cerita-cerita terus tau-tau kayak eee... to[piknya belok ke situ terus akhirnya bahas bareng. Tapi juga nggak yang terlalu apa ya mendalam kayak orang-orang yang bener-bener peduli banget sama hal politik kayak gitu sih"
- P : "bahasnya itu di dunia nyata atau virtual atau di line?"
- I3 : "lebih sering dunia nyata sih kayak ngobrol kayak gini, bercanda-bercanda terus tau tau bahas ke situ"
- P : "terus pernah ada nggak jokes-jokes politik yang dimasukkan kedalam pembicaraan kalian?"
- I3 : "kalau aku dulu waktu sma sih, waktu zaman pilpres kan itu jokowi sama pak prabowo eh... itu waktu pilpres atau apa ya aku lupa pokoknya aku lupa itu waktu apa ya pak jokowi juga aku lupa pokoknya yang satu itu punya isteri yang satu itu nggak"
- P : "oh okee..."
- I3 : "yang belakang itu sih yang paling aku inget sama temen-temen"
- P : "sama temen-temen itu menganggap itu kayak lelucon atau ada yang eh nggak boleh ngomong kayak gitu, atau ada yang meng-kontra kan mungkin dia tim yang tidak memilih itu"
- I3 : "eee... nggak sih kebanyakan kayak bercandaan. Mereka juga kadang kayak bikin *jokes-jokes* sendiri "
- P : "terus kalau pilkada jatim ya balik lagi ada nggak berita yang terakhir ayu baca itu berita tentang apa?"
- I3 : "eee... ya tentang paslon tentang kampanye sih. Kebetulan waktu itu ada tugas jurnalistik dan kebetulan salah satu temen itu membahas tentang bu khofifah yang lagi... di mana ya waktu itu aku lupa. Mereka kan emang dapet tempat sendiri-sendiri gitu kan. Terus kebetulan lagi ada bu khofifah kampanye kayak gitu sih. Tapi maksudnya kalau untuk detailnya gitu nggak sih, mereka cuma denger... eee... ngasih tau aja kebetulan kemaren tuh ada bu khofifah lagi kampanye "
- P : "tapi terus eee... nggak ada apa mungkin konflik yang ayu tahu tentang pilkada jatim saat ini, pelanggaran-pelanggaran atau apa?"

- I3 : “belum pernah denger”
- P : “belum pernah denger? Menurut ayu pilkada jatim ini seperti apa? Maksudnya aman kah atau damai-damai aja atau nggak mbak ada yang salah, yang salah tu seperti apa?”
- I3 : “kayaknya si masih damai-damai aja sih cuma misalnya untuk kampanyenya sendiri masih belum ada yang se-ekstrim yang tadi pilpres ya kalau nggak salah”
- P : “pilpres sama pilgub dki”
- I3 : “he’eh itu bener-bener kayak sampai ada *jokes-jokes* sampai ada meme tentang paslon-paslon kayak gitu nggak sih. Kayaknya yang sekarang itu masih damai-damai aja sih”
- P : “terus apa... ada nggak sih eee... harapannya ayu buat si paslon-paslon ini kayak misalnya mau mencalonkan diri mereka harusnya menampilkan etiket yang seperti apa atau eee... apa ya tindakan apa sih yang ayu harapkan gitu dari mereka?”
- I3 : “eee... ya saya harap sih apapun yang mereka lakukan itu mereka ikhlas sih. Dalam artian mereka nggak sekedar aku melakukan ini karena aku kampanye. Terutama ketika terpilih mereka kayak aku melakukan ini karena ini kewajibanku sebagai kepala daerah. Aku berharapnya sih mereka ngelakuin itu ya selain bisa menjaga amanah ya, mereka juga apa ya ikhlas sih karena kan kasihan juga orang dibantu tapi sebenarnya orang yang ngebantu itu nggak ikhlas kayak gitu. Jadinya juga nggak berkah kan untuk merekanya sendiri kayak gitu”
- P : “tentang yang ayu ikutin ya, kenapa sih ayu ngikutin mas emil. Kenapa sih ayu itu ngikutin mas emil itu kenapa? Awalnya yaapa? Ceritanya yaapa kok bisa ngikutin mas emil?”
- I3 : “kenapa ya mungkin karena...”
- P : “udah berapa lama? Dari kapan?”
- I3 : “baru berapa bulan sih aku lupa. Mungkin karena aku sempet waktu itu kayaknya sempet itu sih iseng, eee... bukan iseng kayak kalau betul lihat berita kalau nggak salah dia suaminya arumi bachsin. Kan dia kan aktris juga, jadi kayak ya aku kepo aja sih gimana kalau artis itu nikah sama tokoh politik kayak gitu. Jadi akhirnya ya lama-lama nge-follow juga, terus lihat-lihat kayak gitu”
- P : “apa yang membuat suka maksudnya kayak apa yang paling disukai dari diri mas emil gitu selama kampanye ini?”
- I3 : “aku lebih suka ke cara penulisan *caption* nya sih, maksudnya kayak nggak yang aneh-aneh kayak yang saya lihat kayak di...”
- P : “aneh-aneh itu seperti apa?”
- I3 : “kayak apa ya nggak terlalu apa ya bahasanya itu apa ya bisa dimengerti gitu loh. Mungkin karena dulu aku masih kecil gitu kan, terus kayak pas iseng ngelihat kayak gitu terus apa sih aku nggak nangek gitu. Tapi pak emil ini lebih bahasanya lebih ringan sih meskipun formal”
- P : “berarti bahasa dari paslon juga mempengaruhi?”
- I3 : “he’eh”
- P : “kalau gus ipul pernah lihat nggak atau gus puti pernah lihat nggak?”
- I3 : “nggak, jarang sih. Mungkin kayaknya kayak sekedar buka profilnya terus lihat-lihat fotonya terus yaudah balik lagi kayak gitu sih”
- P : “terus yang lebih lebih suka ke mas emil?”
- I3 : “ya mas emil”



- P : “pernah nggak sih ngelakuin kalau kemaren ya itu ada yang bikin polling di instagram. Ayu pernah nggak kayak membuat simulasi apa ya yang membuat mereka itu ikut mengeluarkan pendapatnya gitu, temen-temen itu ikut berpendapat?”
- I3 : “belum pernah sih”
- P : “belum pernah ya? Kecuali selain diskusi tadi”
- I3 : “dan temen-temen disitu sih juga yang lagi ngobrol terus tau-tau ngalir kayak gitu sih”
- P : “temen-temennya ayu itu dapet ilmunya dari apa? Kebanyakan dari orang lain atau dari media? Sebanyak kalian diskusi?”
- I3 : “yang aku tangkep sih, mereka nggak bilang secara langsung. Cuma aku nangkepnya sih mungkin kayaknya dari internet sih karena kayak ya setelah itu kan aku baca-baca berita di internet ya ada beberapa yang kayak yang mereka bicarain kayak gitu. Cuma ada yang pengaruh dari temen-temen atau orang tua mereka juga sih”
- P : “kalau diurutin ya kamu tuh mendapatkan edukasi politik itu dari mana dulu orang tua, teman, media, dosen atau gimana dan porsinya seberapa besar dari yang paling besar?”
- I3 : “kalau untuk sekarang sih lebih banyak dari doesn ya, karena terutama dari pip itu kana pa pengantar politik itu. Eee... Itu lumayan ya lebih dari separuh mungkin lebih dari 50% terus sisanya paling banyak itu mungkin orang tua sih, karena aku sendiri jarang nonton tv dan kalau nonton tv itu di rumah. Jadi lebih sering nanya ke orang tua terutama papa. Terus kalau di temen-temen itu karena temen-temenku sendiri nggak terlalu bahas politik, jadi ya porsinya nggak terlalu besar sih”
- P : “eee... ada nggak sih akun-akun yang pernah ayu lihat dari kedua pendukungnya calon ini yang juga menunjukkan simbol agama mungkin”
- I3 : “kalau yang pilgub jatim nggak sih”
- P : “terus apa simbol agama itu menurut ayu itu apa... apakah ditampilkan itu harus keseluruhan atau yaudah dikit-dikit rutin tapi nggak papa atau mending ditampilkan terus-terusan gitu?”
- I3 : “mungkin kalau terlalu berlebihan gitu kayaknya nggak sih, ya terserah sih maksudnya kayak ya kalau emang mau berlebihan terserah, kalau secukupnya nggakpapa. Cuma yang penting jangan sampai disalahgunakan, terus tau tau mereka kayak *upload* kayak gini terus tau-tau jadi masalah sih. Jadi mungkin seperlunya aja sih”
- P : “kan masalah ya... itu seperti apa sih contohnya simbol-simbol agama yang bikin masalah, mungkin atau di agama nya ayu sendiri mungkin ada simbol-simbol khusus yang nggak boleh dan gak bisa, gausah lah dibawa-bawa ke politik ada?”
- I3 : “ada sih sebenarnya”
- P : “apa?”
- I3 : “bukan... bukan masalah sih, kayak sebenarnya bukan masalah. Cuma eee... kayak lebih dijadiin *jokes* sama temen-temen sih sebenarnya kayak itu kan dalam agama aku itu kan kayak kalau orang-orang bilang kayak lambang nazi. Sebenarnya agama ku sama agama budha kan mirip, cuma kalau di agamaku itu dia searah jarum jam, kalau di agama budha berlawanan. Nah kalau nazi dia itu miring 45 derajat kalau nggak salah ya. Dan hal itu sering dijadiin jokes, aku itu takutnya kalau misalnya lambang itu simbol itu digunakan dalam hal-hal di politik aku takutnya itu kayak orang-orang itu bakal banyak yang simbolnya agama hindu sama budha kok kayak gini sih. Maksudnya kayak nazi, jadi kayak aku nggak suka aja kayak dengerny”
- P : “itu simbolnya namanya apa? Bacanya apa?”
- I3 : “nah kalau di agamaku namanya swastika”
- P : “swastika?”
- I3 : “he’eh”

- P : “iya mirip ya?”
- I3 : “iya, mirip jadi kayak bener-bener kayak apa ya kayak gini kan tapi kayak kayak gini. Tapi yang punya itu gini, jadi dia itu kayak ininya itu dia searah jarum jam, kalau agama budha aku nggak tahu sih itu kayak... apa ya maksudnya itu lambang bener-bener kayak lambang agama atau apa. Cuma aku dengernya dari guru agama itu emang kayak orang budha juga ada, cuma mereka lebih ke berlawanan jarum jam. Jadi kan kayak nggak bisa bedain, kalau nazi itu dia lebih miring 45 derajat”
- P : “itu maknanya apa kalau dalam agama hindu, lambang itu?”
- I3 : “aku singetku ya itu kayak itu udah pelajaran sd banget, aku udah lupa banget”
- P : “oh jadi ini itu penting mbak, suci kayak yang gini gini gini atau kayak di islam itu kan ada kayak logonya kayak tulisan arab gitu tulisannya allah. Jadi kayakitu nama tuhan kayak itu sakral dan nggak boleh dimasuk-masukkan di ini gitu kan. Nah itu artinya apa kayak jangan dibuat yang bercandaan kayak gitu”
- I3 : “kalau aku sih lebih ke mungkin kalau nggak salah aku inget lebih ke kehidupan gitu. Cuma aku kayak kurang tau spesifiknya apa dan kalau untuk bercandaan itu kan kalau aku bukan lebih ke artinya sih. Cuma lebih karena ke itu salah satu simbol agama gitu, agama siapa sih yang mau dihina-hina sekecil apapun kayak gitu sih pasti. Nah aku nggak maunya tuh kayak apa ya mungkin orang-orang kayak ya mungkin ngelihatnya baik cuma kayak jadi pro dan kontra, terus tau-tau kayak jadi kericuhan. Kok ini kayak gini, kok ini kayak gini. Jadi kayak aku nggak maunya kayak jadi perpecahan gitu loh ”
- P : “jadi mending simbol-simbol yang ditampilkan mengenai agama kamu itu yang kayak apa penggunaan-penggunaan pakaian-pakaian gitu kali ya? Jadi pake yang aman-aman aja gitu ya?”
- I3 : “yang umum aja misalnya kayak pura atau mungkin mereka pakai baju adat gitu sih”
- P : “selain itu mending gausah daripada menuai kontroversi ya. Tapi hindu itu jarang nggak sih yang kayak politik gitu”
- I3 : “kayaknya kalau dalam hal politik kayaknya nggak sih”
- P : “nggak ya?”
- I3 : “sejauh ini aku belum pernah denger lebih tepatnya. Cuma kalau yang keseharian gitu sih pernah. Terus kayak yang dibidang menyembah batu kayak gitu. Tapi kalau untuk di politiknya sendiri belum sih, belum pernah denger kayak perdebatan kayak gitu”
- P : “eee... kalau misalnya di hindu boleh nggak sih milih atau apa calon yang agamanya tuh nggak sesuai sama kamu atau kalau yang kemaren kan yang di islam kan mereka banyak yang dianjurkan untuk memilih yang satu agama sama mereka. Di ajaranmu sendiri ada nggak diajarkan kayak memilih yang sesuai”
- I3 : “eee... nggak sih pokoknya kalau aku sih dididiknya dari kecil tuh kayak memilih itu yang baik kayak gitu. Oh ya aku jadi inget yang masalah tadi itu lo apa yang masalah kayak nggak boleh memilih itu waktu itu sempet ada tugas aku lupa waktu itu membahas apa, tapi waktu itu kayaknya aku sempet sih kayak aku masukin disitu yang masalah itu tadi yang katanya yang ahok itu yang katanya di agama islam itu nggak boleh memilih yang agama selain islam. Terus tapi di satu sisi kayak ada yang bilang, kan udah dijelasin di al-qur'an kayak gitu. Terus ada juga pendapat yang menyatakan bahwa di ... ya memang di al-quran itu disebutkan seperti itu. Tapi itu untuk dalam hal pemilihan apa... kayak pemimpin perang, bukan dalam arti pemimpin daerah kayak gitu sih.”
- P : “mungkin karena yang dari agamanya ayu mungkin di daerah ini minim kali ya. Jadi nggak ada permasalahan kayak gitu di mungkin... ketua agama apa sih namanya kalau di islam itu, kalau di hindu itu apa namanya?”
- I3 : “oh kayak pemangku gitu orang suci”
- P : “itu ada nggak, pernah mengajarkan buat kehidupan yang seperti ini yang kayak politik-politik?”
- I3 : “kayak kalau dalam hal memilih pemimpin nggak sih. Cuma mungkin kadang kayak eee... mungkin misalnya menurut mereka ada eee... sesuatu yang kayak kurang gitu. Ya udah dijelasin sebaiknya tuh jangan gini gini. Jadi

nggak yang kalau misalnya harus memilih yang seperti ini itu nggak sih, itu lebih balik ke dirinya kita masing-masing.”

P : “sekian”

I3 : “oke”

P : “makasih ayu”

I3 : “ya, sama-sama”

#### **Informan Keempat – Agnes (I4)**

P : “ya kenalan dulu siapa namanya?”

I4 : “halo, aku agnes, mbak.”

P : “nes, certain dong agnes ini kuliah di mana, mungkin kegiatannya apa aja sekarang?”

I4 : “eee... kebetulan aku kuliah di universitas airlangga, jurusan ilmu komunikasi, baru angkatan 2017 kemaren. Eee... terus kalau acara di kampus sih kemaren tuh kurang sih, aku nggak ikut organisasi. Cuma aku ikut... kalau ilkom itu ka nada klub-klub gitu ya bilangannya. Jadi aku ikut klub yang *public relations* gitu. Tapi itu juga kurang intens kumpul di kampusnya, cuma kalau diluar kampus aku ikut organisasi agama gitu sih”

P : “apa itu?”

I4 : “di vihara, jadi di vihara aku itu ada kayak sekumpulan anak muda gitu, misalnya yang seumuran gitu. Itu namanya gm, generasi muda. Generasi muda itu dia kayak organisasi gitu kan, punya struktur. Aku ikut disitu, terus kita kayak tiap bulan itu kita harus bikin kegiatan kayak gitu-gitu. Terus nanti ada mentornya yang dari apa jakarta, itu sebulan sekali dateng. Jadi tiap mentor dateng kita harus bikin kegiatan apa nih gitu. Buat ngumpul aja anak-anak budha di seluruh surabaya”

P : “itu peminanya selain mengajarkan kegiatan agama juga mengajarkan kegiatan sosial juga?”

I4 : “iya iya he'em. Sebenarnya organisasinya bisa dibilang organisasi agama sih ya, cuma kalau kegiatannya sih lebih ngikut ke orientasi anak mudanya. Jadi kayak mereka lagi eee... sebenarnya tujuan kita ngadain organisasi ini supaya kita apa ya... ada wadah buat agama budha, agama budha ini ngumpul. Jadi ya kayak kita ngikutin mereka ini sukanya apa, kita juga pernah kayak sekedar jalan bareng, apa nonton bareng, atau mungkin kita juga pernah workshop apa ngadain... ngundang tamu gitu. Jadi kayak lebih ke... sekarang *in* nya lagi apa nih, kita lagi ngejar itu aja sih”

P : “terus eee... organisasi mu tuh di mana, letaknya di mana?”

I4 : “eee... ini tuh vihara nya ada di daerah darmo di jalan tanggulangin nomer 6, depannya kantor banwaslu”

P : “e itu yang di vihara itu semua agama budha di surabaya, atau dari sidoarjo atau? ”

I4 : “kalau itu sih cukup surabaya. Kan kalau budha kan punya banyak sekte gitu mbak. Kebetulan sekte ku itu eee... jadi nggak semua seluruh budha juga, jadi yang kumpul disitu misalnya cuma ikut sekteku aja gitu ”

P : “yang sektenya agnes itu apa?”

I4 : “itu namanya nichiren shoshu, kan kayak macem-macem dan aku juga nggak hafal sih namanya apa. Tapi kalau yang aku nichiren shoshu gitu. Nah itu kalau di nichiren shoshu sendiri itu udah dibagi per wilayahnya. Jadi misalnya jawa timur itu dibagi jadi tiga, wilayah jawa timur 1 disebutnya jatim 1 surabaya, jatim 2 itu madiun dan sekitarnya, jatim 3 itu malang dan sekitarnya

- P : “eee... yang apa itu namanya susah namanya hehe, yang punya agnes itu budha yang seperti apa? Karakternya seperti apa dan apa yang membedakan sama yang lain gitu?”
- I4 : “eee... gimana ya kalau ditanya budha yang seperti apa kita juga nggak, nggak tau jawabnya. Soalnya apa ya kan mungkin aku ambil perspektif lain ya misalnya kalau islam nih ada nu ada apa itu kan kayak cara dia sembahyang, cara apa itu kan masih sama. Tapi kalau kita itu udah nggak, udah bener-bener beda”
- P : “kalau yang agnes gimana?”
- I4 : “misalnya nih budha pada umumnya yang sering dipost atau diitukan kayak dia nyembahnya patung gitu kan. Kayak yang india-india gitu, tapi kalau aku tuh nggak, bukan patung gitu. Ya kita tetep pakai objek pemujaan cuma beda pemujaannya”
- P : “kalau agnes apa objeknya?”
- I4 : “kalau aku itu apa ya, susah kalau jelasinnya. Namanya itu gohonzon gitu, gohonzon itu apa ya... itu... sebuah apa ya... bingung sih jelasinnya. Kalau secara bentuk itu bentuknya kayak kain gitu yang di... apa namanya ditulis pakai tinta gitu, pake itu kan itu asalnya dari jepang nih nichiren shoshu. Itu tuh yang ditulis turun-temurun dari biksu tertingginya gitu sih. Kalau patung gitu kan boleh difoto gitu kan, tapi kalau ini tuh bener-bener gak boleh. Jadi kalau... kan gohonzon ini ada tempatnya kayak bisa dibilang sih kayak sejenis lemari gitu, itu namanya butsudan. Kalau pas lagi keadaan tertutup itu boleh difoto, cuma pas lagi kebuka kelihatan gohonzonya itu nggak boleh sama sekali”
- P : “loh kenapa itu kok nggak boleh difoto?”
- I4 : “sebenarnya kita menghindari plagiat aja sih mbak, soalnya kan kayak kita nyebutnya itu sakral gitu kan. Itu dibuat ditulis tangan langsung gitu. Jadi kita menghindari kayak yang di... he'eh yang dicetak atau mungkin disalahgunakan gitu aja sih.”
- P : “terus kalau misalnya, ini jadi tertarik ya buat bahas yang kayak gini. Yang budaya nya sendiri ini aliran(sekte)nya agnes ya. Aliran(sekte) nya agnes ini kan nggak boleh difoto gitu ya, terus bagaimana dia menyebarkan ajarannya dia ke orang lain? Misalnya ada nggak buat ajakan mengajak orang lain buat bergabung ke sektenya agnes?”
- I4 : “kalau dari kita sih mengajaknya lebih ke menunjukin eee... apa ya... gimana ya ngomongnya... kayak kita lebih nunjukin ke aktivitasnya kita. Misalnya kegiatan kita apa, terus juga orang kan nyari agama pasti yang dicari itu apa sih? Pasti kayak dia butuh filsafat yang bener. Dia butuh kayak pegangan yang bener kan. Maksudnya agama itu bisa jadi... nah kita itu kayak lebih nunjukinnya itu kesannya. Misalnya kayak di agama budha nih ada karma, ada karma baik ada karma buruk. Kalau misalnya kamu nana mini pasti kamu nunainya itu. Kita lebih nunjukin kesituanya, nah kalau udah ke tahap orang itu mulai tertarik kayak bisa diajakin gitu ke vihara, kita kasih tau misalnya cara sembahyang kita, terus kita juga eee... apa ya? Ya gitu sih mbak lebih ke langsung nggak pakek”
- P : “kalau pada dasarnya agam budha, kayak yang patung budha nya itu. Terus kalo buat nunjukin identitasnya agamanya agnes selain patung budha itu apa? Yang termasuk juga dalam sektenya agnes?”
- I4 : “kalau identitas apa ya... mungkin kita ada lambang kali ya. Mungkin bisa, ya biasa kayak lambang-lambang gitu, lambang-lambang organisasi. Kan nichiren shoshu di indonesia ini ka nada organisasinya juga, pusatnya ada di jakarta, itu namanya mnsbdi. Nah mnsbdi ini kan kayak kantor gitu kan, jadi ada lambangnya. Nah mungkin ya pake lambang mnsbdi ini kali ya”
- P : “terus eee... simbol agama dulu nggak papa entar di skip. Simbol agama tuh apa sih? Menurut agnes sepemahamannya agnes itu apa?”
- I4 : “simbol agama mungkin ke... yang menunjukkan identitas agama itu kali ya”
- P : “gitu? Oke. Ada lagi mungkin yang lain?”
- I4 : “eee... apa ya simbol agama... menurutku itu sih. Soalnya kan kalau mungkin yang bisa dilihat secara kasat mata itu kan kayak islam gitu kan. Dia mungkin simbol agamanya ada yang pakai peci, pakai hijab gitu kan.

Mungkin kalau agama lain itu kan agak susah ya dibilang simbol agama, soalnya kita kan kayak... ya kita dilihat secara..."

- P : "gak ada aturan yang menuntut untuk menunjukkan simbol agamanya "
- I4 : "kecuali di tempat ibadah masing-masing kan pasti ada"
- P : "terus eee kita ke *media habit* nya agnes ya. Nah agnes ini mulai kenal sama internet ini kapan? Pertama kali?"
- I4 : "pertama kali sd kali ya"
- P : "sd?"
- I4 : "he'eh"
- P : "sd kelas?"
- I4 : "5 6 gitu kali"
- P : "itu apa yang dikenal? Pertama kali ngakses apa?"
- I4 : "kalau nggak salah dulu sekitar sd itu lagi zamannya facebook nggak sih. Facebook, ya bener. Ya lupa-lupa... yaiya kita kayak... kan yang lain pada punya pada bikin akun-akun facebook. Jadi kayak mulai kepengen aja, ikut-ikutan temen aja sih"
- P : "aktifitasnya agnes biasanya ngapain aja?"
- I4 : "dulu itu lagi zamannya apa ya? Mungkin dulu lagi zamannya kayak *update* status gitu kan. Jadi kayak... ya komen-komenan di status temen gitu-gitu sih. Jadi kayak belum terlalu makai fungsinya gitu. Tapi kalau sekarang kan facebook udah mulai jarang, aku juga kayak udah nggak pernah buka facebook lagi. Sekarang kan juga udah banyak kayak instagram, twitter, path gitu-gitu"
- P : "mulai ngakses instagram kapan?"
- I4 : "kalau instagram itu smp atau sma ya, sekitaran itu sih mbak. Aku lupa"
- P : "itu kalau sekarang agnes ngapain aja sih di instagram? Apa yang... aktivitasnya ngapain?"
- I4 : "kalau aku sih mungkin di instagram lebih ke kayak pasti kan nontonin yang aku suka. Kan aku suka sama musik gitu, paling *cover*. Yaudah paling aku *follow* yang *cover-cover* lagu gitu, suka aja. Terus kalau cewek pasti lihatnya yang *beauty vlogger* gitu kan, tasya farasya gitu gitu deh."
- P : "terus apa... ada nggak akun politik yang agnes ikutin atau menarik buat agnes ya"
- I4 : "karena ini lagi zamannya pilgub jadi ya akunnya si pilgub ini. Tapi bukan, tapi yang aku *follow* itu bukan akun sih mbak dari paslonnya. Cuma kayak apa sih... akun promotornya "
- P : "yang kayak pendukung-pendukung tim suksesnya?"
- I4 : "nahh..."
- P : "apa yang *follow*?"
- I4 : "aku sekarang lagi... nggak tau ya aku tuh orangnya kalau suka ya aku *follow* gitu. Lah sekarang itu lagi kayak tertariknya sama gus ipul sama mbak puti."
- P : "nah agnes sendiri sebenarnya kalau ngakses sosial media terutama instagram itu berapa kali sehari mungkin?"
- I4 : "nggak pasti sih mbak kan kadang juga lihat waktu luangnya. Itu paling sering kayak lagi bangun tidur, kalo pas lagi... tapi kalo pas lagi nggak buru-buru ya. Kayak pas lagi santai pas lagi bangun tidur, terus pas malem mau tidur, terus pas sore gitu misalnya pas lagi kosong."
- P : "terus ngaksesnya sendirian atau ada temen yang ikut?"

- I4 : “biasanya sendiri sih, soalnya kalau sama temen kita malah eee... lebih ke ngobrolnya kan. Nggak main hp gitu.”
- P : “terus sering nggak ngeshare-ngeshare gitu ke akun?”
- I4 : “nggak tau sih intensitasnya bisa dibilang sering atau nggak. Soalnya kan kadang lihat momen juga, kadang lihat bahan yang mau diupload juga gitu sih.”
- P : “terus apa yang paling kamu share itu postingannya dari akun itu apa yang menurut kamu bikin kamu pengen share itu apa?”
- I4 : “maksudnya dari... misalnya ini ngeshare dari akunku atau gimana?”
- P : “kamu share ke temenmu, kontennya seperti apa?”
- I4 : “iya sih mungkin lebih ke kayak yang seru-seruan aja. Kayak yang lucu-lucu gitu, atau mungkin ada kan quotes-quotes yang sahabat-sahabat. Kan kita apa ya... temen dari sma kan pada jauh, jadi kayak yaudah gitu. Sama mungkin makanan-makanan.”
- P : “terus kalau politik nih ya... kita mulai masuk ke politik. Eee... agnes tau tentang politik kan?”
- I4 : “he’eh”
- P : “iklan politik itu menurut agnes yang kayak gimana?”
- I4 : “iklan politik... pasti yang namanya iklan kan dia berpromosi kan ya. Ya pasti dia kayak mempromosikan siapa dirinya dan apa sih tujuannya dia maju, mungkin gitu-gitu kali ya. Kayak ya istilahnya sosialisasi lah ke masyarakat, ini lo aku, aku mau maju pilgub. Aku dengan membawa misi ini, gitu-gtu lah”
- P : “iklan politik yang agnes ingat banget yang gak bisa dilupain. Mungkin yang dulu juga boleh”
- I4 : “kalau iklan dulu-dulu mungkin yang gabisa dilupain tuh kayak misalnya eee... apa sih... misalnya yang eee... coblos nomer 2 gitu. Misalnya ahok dulu kan coblos nomer 2, jokowi juga coblos nomer 2 gitu sih. Cuma kalau yang udah dulu-dulu banget lupa sih. Cuma kalau yang akhir-akhir ini lagi suka aja sama cara kampanye nya yang gus ipul itu.”
- P : “gimana tuh?”
- I4 : “yang dia kan kayak nggandeng via vallen sama nella kharisma yang bikin lagu itu. Kayak momen... menurutku momennya lagi pas sih, sekarang kan lagi *in* nya dangdut-dangdut gitu. Via vallen kan juga lagi naik daun kan, jadi yaudah gampang masuknya aja, gampang diterima.”
- P : “terus eee... sering nonton nggak di instagram tentang iklan kampanye tersebut?”
- I4 : “karena *follow* jadi mungkin kalau ketemu di beranda aja sih, tapi nggak kayak yang *searching* gitu nggak.”
- P : “misalnya kalau di kampanye itu yang agnes suka konten yang seperti apa? Yang menunjukkan kegiatannya atau eee... paslon itu lagi debat, atau paslon itu lagi orasi?”
- I4 : “kalau aku lebih suka ke kegiatannya sih. Jadi kan kayak kampanye itu kan kayak cara dia sosialisasi, pengenalan-pengenalan entah pengenalan program kerja, pengenalan dirinya sendiri ataupun itu. Jadi menurutku dari kampanyenya itu bisa dilihat cara kerjanya gimana, terus kalau nantinya kepilih terus dia kerjanya sama seperti kampanye itu baru bagu sih, gitu sih.”
- P : “terus agnes sendiri ya itu mengenal politik itu sejak kapan sih? Awal pertama kali oh ini mimpin, ada yang dipimpin itu kapan?”
- I4 : “kalau cuma sebatas tahu mungkin dari kecil kali ya. Dulu kan kita kayak serumah sama kakaknya ibuku gitu. Lha manggilnya pak puh, pak puh ku tuh suka banget nonton berita gitu loh. Jadi kayak pas ngobrol sama bapakku kan aku denger. Kan dulu *interest* nya nggak ada kan, ya cuman sebatas tahu aja gitu.”
- P : “berarti dari keluarga?”

- I4 : “dari keluarga.”
- P : “eee... kalau apa dari keluarga itu ada nggak sih opini-opini mereka atau mereka tanamkan ke kamu atau ada kayak oh pemimpin politik ini tuh kayak ini karakternya itu ada nggak penilaian-penilaian yang ditanamkan?”
- I4 : “maksudnya ditanamkan ke?”
- P : “ke kamu mungkin. Si tokoh a itu sosoknya seperti ini karakternya seperti ini gitu”
- I4 : “nggak sih, cuma mereka ngomongin itu kan pas lagi kebentur masalah gitu. Misalnya lagi ada masalah yang viral gitu baru diomongin, diobrolin juga di keluarga. Dan karena aku ada dan kalau sekarang sih udah mulai nimbung ya ngomongnya. Kalau dulu kan cuma dengerin aja gitu.”
- P : “kalau ayahnya agnes sendiri itu bekerjanya sebagai?”
- I4 : “kalau bapakku itu dia wiraswasta gitu sih. Dulu dia kayak punya bisa dibidang travel gitu kan, cuma sekarang lebih ke... apa ya lebih ke... dia ternak sapi gitu, kayak travelnya cuma dipinjem orang gitu.”
- P : “terus kalau ibu?”
- I4 : “kalau ibu dagang sayur di pasar.”
- P : “eee kayak... berarti bapaknya pendidikannya apa terakhir?”
- I4 : “sma”
- P : “ibunya?”
- I4 : “ibunya sma juga. Karena bisa dibidang desa gitu mbak. Jadi ya zaman dulu itu...”
- P : “gapapa sih bagus, maksudnya dari desa gitu udah bisa berkembang. Nah terus cara mengenalkannya dengan cerita kayak gitu ya? Selain keluarga siapa yang mengenalkan politik?”
- I4 : “mungkin temen sih ya. Soalnya aku...”
- P : “sejak kapan itu? Mulai bahas politik sama temen itu kapan?”
- I4 : “mungkin sma akhir-akhir.”
- P : “sma akhir-akhir?”
- I4 : “he’eh”
- P : “seperti apa bahasnya?”
- I4 : “ya apa yaa... sebenarnya kita nggak bahas sih. Cuma karena ada masalah aja. Jadi kayak... secara nggak langsung ngobrol aja jadi kesitu gitu. Kan kayak dulu tuh masalah apa ya pertama. Kalau nggak salah sih dulu pertama ngomongin politik tuh soal ahok sih. Berarti pas kuliah ya? Hehe pas itu.”
- P : “waktu pilpres nggak ngomongin?”
- I4 : “waktu pilpres ya kita ada obrolan-obrolan gitu. Tapi ya gimana ya bisa dibidang obrolan penting nggak penting gitu lah.”
- P : “itu yaapa? Dulu apa aja sih yang dibahas sama anak-anak millenials?”
- I4 : “hmmm... dulu kan belum milih kita. Ini baru pertama kali milih, eee... dulu tuh lebih ke kayak apa ya... mungkin ada temenku yang lagi pro prabowo, tapi ada yang pro jokowi gitu gitu sih. Jadi ya debat pendapatnya mereka masing-masing gitu. Terus ya kebetulan aku pro jokowi juga, jadi ya kayak nimbung aja gitu.”
- P : “yang apa... dia ngomongnya berdasarkan apa nih? Berdasarkan *based on* ada berita murni atau *based on* mungkin orang tuanya gitu?”

- I4 : “campur sih mbak, kadang juga mereka bilang ‘katanya’ gitu sih.”
- P : “terus yang waktu dki ini apa ceritanya?”
- I4 : “yang pilpres”
- P : “kalau yang dki?”
- I4 : “oh ahok... ahok itu apa ya? Kan kayak yang pro ahok kayak dia lihat cara kerjanya gitu, kayak sebenarnya kasusnya dia kan dianggap menistakan agama gitu kan. Padahal kalau misalnya direview lagi itu dari segi sumber videonya udah diedit kan, maksudnya udah nggak faktual. Terus misalnya kalau diinget-inget lagi sebenarnya ada juga sih yang kayak ahok yang pernah mengambil..., tapi kana apa ya kebetulan aja dia lagi apa ya... istilahnya nggak lagi in lah. Jadi nggak terlalu dianggep sama masyarakat. Cuma karena ahoknya aja lagi *in*, dia lagi apa ya... popularitasnya lagi naik lah gitu. Jadi...”
- P : “tadi misalnya ada yang tim ahok itu kayak gitu, itu siapa atau konteksnya seperti apa gitu? Sehingga mereka nggak diblow up sama media”
- I4 : “mungkin *real* nya kayak apa lupa sih ya. Terus apa juga lupa... kan ahok itu kan kasusnya dia lagi kayak apa ya... bisa dibilang pas pidato gitu kan, nah tiba-tiba dia kayak ngambil kutipan gitu. Sebenarnya nggak juga kan, misalnya orang islam sendiri yang ngambil kutipan juga gitu, cuma ya karena konteksnya aja kali ya beda gitu.”
- P : “terus eee... apa kalau agnes sendiri kan sudah mulai aktif lah ya berpolitik secara langsung gitu. Nah bentuk partisipasi politiknya agnes sendiri secara langsung itu seperti apa? Atau hanya menunjukkan bentuk itu saat di bilik suara atau seperti apa?”
- I4 : “bingung sih mbak kalau ditanya partisipasinya apa. Cuma kalau ngikutin ya lumayan ngikutin gitu. Cuma kalau ditanya partisipasi kayak bingung gitu, seusiaku gini ngapain ya partisipasinya, gitu sih. Mungkin partisipasinya ya pas di bilik suara”
- P : “tapi dicicilnya mulai mencari informasi dari sekarang? Bagus bagus. Terus apa kalau tadi kan iklan itu yang mempromosikan diri mbak gitu. Terus pernah kan melihat di sosial media iklan yang seperti itu. Nah seperti apa sih iklan-iklan di sosial media tentang politik itu? Yang agnes tahu?”
- I4 : “maksudnya seperti apa? Dari segi...”
- P : “segi kontennya atau bawaan orangnya...”
- I4 : “maksudnya yang si gus ipul sama mbak puti ini? Oh... dia kan ngepostnya lebih ke aktivitasnya gitu kan. Aku tuh sukanya kayak jadinya kita tuh tah gitu loh. Kan kalau misalnya sebelum lihat nih, kan cuma dari katanya-katanya, tapi kalau pas udah lihat tuh oh bener ya ternyata gus ipul ini yang di iklannya eee kalau pakai kata jokowi sih slundupan. Slundupannya tuh kalau penilaianku tuh mulai menyeluruh gitu, misalnya nih dia datang dari segi perekonomian misalnya dia datang ke pasar mana. Tapi mbak puti nya sendiri dari pendidikan juga dia kan datang ke um malang terus ke sekolah mana gitu kan. Maksudnya sih lebih ke menyeluruh gitu, maksudnya ada segi agamanya juga, ada segi ekonomi, ada segi pendidikan gitu sih.”
- P : “yang agamanya yang seperti apa?”
- I4 : “tapi kalau agama eee... yang aku tahu yang ada di postingan baru islam sih. Mungkin kayak mereka kebetulan ada acara isra’ mi’raj terus menghadiri pengajian gitu-gitu sih. Pengajian.”
- P : “terus eee... menurut agnes simbol agama tuh seperti apa? Kan tadi mungkin bisa cari contoh yang lebih detail lagi.”
- I4 : “simbol agama dalam iklan politik ini atau?”
- P : “ya”
- I4 : “ya mungkin karena kebetulan aja paslonnya ini islam jadi ya mereka simbol agamanya ada di pakaian gitu sih.”



- P : “terus menurut agnes sebagai yang bukan muslim itu penting gak sih si paslon-paslon ini menunjukkan kepedulian mereka dengan menampilkan simbol-simbol agama kalian ke dalam iklan politik ini?”
- I4 : “mmm... gimana ya... penting nggak penting sih mbak soalnya kalau menurutku”
- P : “lebih banyak pentingnya atau nggak penting?”
- I4 : “eee... gimana ya soalnya kalau dari aku sendiri mikirnya agama itu ada di dalam masyarakat gitu”. Jadi ya harusnya yang lebih ditunjukin itu masyarakatnya karena agama itu ada didalam situ gitu. Menurutku akan lebih afdol apa ya akan lebih... netral kalau sama sekali nggak ada”
- P : “oh gitu?”
- I4 : “jadi kan kayak istilahnya jadi kita nggak focus ke satu agama, kita fokus masyarakatnya. Cuma dari masyarakat itu kan terdiri dari berbagai agama ya gitu sih. Soalnya susah juga kalau ngeladenin agama nih. Soalnya kan agama yang udah diakui nih ada lima, misalnya baru satu yang di in eee... yang dipos yang lain belum masalah gitu. Menurutku akan lebih efisien juga kalau malah sama sekali nggak ada aja, tapi fokus ke masyarakatnya. Misalnya kalau gus ipul ini apa ya... dia yang lagi dijor-jorin kan kayak kemakmuran kekeluargaan bersama gitu kan. Ya menurutku itu aja yang digencar terus, maksudnya yang... gimana caranya numbuhin kekeluargaan bersama, terus kesejahteraan bersama, kemakmuran bersama itu aja sih. Menurutku itu udah apa ya... mencakupi agama di dalamnya.”
- P : “berarti agnes nggak setuju kalau ada simbol agama dimasukkan ke dalam politik?”
- I4 : “iya sih, soalnya...”
- P : “kalau nggak ratamending gausah ya?”
- I4 : “he’eh mending nggak usah.”
- P : “eee... Kalau di postingannya ini ada beberapa kayak eee... ucapan kayak selamat hari raya agama-agama lain. Agnes lihat nggak?”
- I4 : “he’eh. Kebetulan abis waisak kan, ada sih. Itu...”
- P : “apa simbol yang dimunculkan sama paslonnya?”
- I4 : “waisak itu kalau di indonesia kan pasti identik sama borobudur. Jadi ya itu *backgroundnya* pakai...”
- P : “patung budha”
- I4 : “he’eh”
- P : “ada lagi mungkin selain borobudhur yang ditemui di pilgub ini?”
- I4 : “nggak sih, aku ngehnya borobudur. Soalnya aku nggak *follow* yang emil-khofifah gitu”
- P : “oh gitu ok”
- I4 : “ya contoh yang ini aja.”
- P : “terus itu sudah merasa ada keterwakilankah dengan adanya postingan itu atau kurang atau baiknya seperti apa?”
- I4 : “mmm... gimana ya kalau misalnya dari segi umum itu mungkin udah terwakilkan. Karena apa ya? Kan itu kondisional sih, maksudnya kalau pas lagi waisak ya waisak, lagi idul fitri ya idul fitri. Cuma dari segi khususnya lagi kan biasanya kita kalau waisak itu ada perayaannya. Nah kadang kalau di daerah, daerahku dulu pengalaman itu kita pasti ngadain sesuatu kegiatan yang melibatkan warga sekitar, maksudnya apa ya eee... acara untuk rasa solidaritas kita untuk yang lain gitu itu ya mengharap kedatangannya aja sih. Jadi kita biar ngerasa diakui juga kan, kalau ada tokoh pemerintah disitu kita kan istilahnya seneng gitu loh, gitu aja sih.”
- P : “jadi pengennya kalau misalnya kampanye itu ditampilkan juga kegiatan-kegiatan agamanya ini yang diakui apa diikuti sama agnes gitu ya biar terlihat dia itu bener-bener peduli gitu?”

- I4 : “ya... tapi gimana ya mbak kan aku bilang tadi dari segi umumnya tuh udah cukup. Cuma kalau dari segi khususnya itu kan nggak semua ngadain acara juga kan. Mungkin dari segi khususnya didatengin aja, nggak perlu *posting* kok. Maksudnya kita tuh, kita pun udah tau tanpa *posting* kalau orang ini udah peduli gitu sih.”
- P : “terus agnes ini *ngefollow* siapa aja, yang disosial media yang di politik jatim itu siapa aja?”
- I4 : “politik jatim?”
- P : “he’eh... timsesnya tuh apa nama akunnya apa?”
- I4 : “apa ya? Lupa aku. Jatim sedulur atau apa gitu lupa.”
- P : “itu sejak kapan?”
- I4 : “belum lama sih mbak. Hehe....”
- P : “sebulan lah ya.. Tahu akun itu dari mana?”
- I4 : “kalau nggak salah itu muncul di pencarian di instagram. Mungkin dia lagi banyak yang ngakses kali ya”
- P : “terus eee... kenapa sih agnes jadi ngikutin jatim sedulur itu? Kenapa nggak mencoba akunnya tokohnya langsung gitu? Kenapa lebih memilih untuk ngikutin timsesnya? ”
- I4 : “karena eee.... Ku lihat dari tujuanku sendiri ngikutin ini pengen lihat kampanye kan. Jadi kayak yaudah menurutku yang lebih apa ya... yang lebih emmm... orisinil kampanyenya ya di sini, timsesnya. Cuma kalau ke orangnya langsung kan kayak lebih ke pribadinya dia gitu kan. Jadi kayak aku terlalu nggak pengen tahu gitu, pengen tahu kampanyenya aja gitu.”
- P : “kalau yang kampanyenya lawannya...”
- I4 : “he’eh”
- P : “itu agnes pernah mengunjungi nggak?”
- I4 : “pernah sih, ya karena muncul aja. Cuma aku nggak *follow*, cuma pernah tau.”
- P : “bagaimana perbandigannya? Perbandingannya mungkin pendapatnya agnes? Mungkin simbol-simbol agamanya lebih banyak yang mana kah? Atau sama aja? ”
- I4 : “eee... kalau secara simbol sih sama mbak. Cuma kalau secara prosesnya kan mereka *posting* secara proses kampanyenya dia kan. Kegiatannya apa aja, menurutku aku lebih kerasa nasionalis sih, gus ipul daripada si khofifah gitu sih.”
- P : “karena apa?”
- I4 : “karena mungkin objeknya dia juga kali ya”
- P : “lebih beragam”
- I4 : “eee... e’eh, soalnya apa ya kalau khofifah itu menurutku keseringan kayak dia ngadain kosidahan, ngadain apa gitu-gitu.”
- P : “berati menurut agnes kampanye ini tuh lebih menjurus ke satu agama?”
- I4 : “eee... he’eh yang khofifah islam”
- P : “terus eee... menurut agnes apakah kedua calon ini atau mungkin yang diikuti aja itu sudah bisa menjelaskan tujuannya mereka?”
- I4 : “menurutku kalau yang dari gus ipul ini udah kebaca sih mbak. Kalau memang nanti dia kepilih dan program-programnya dijalankan, mungkin akan ada perubahan gitu. Kalau yang khofifah...”
- P : “tahunya dari? Contoh yang kamu tangkep dari iklan itu apa, perubahan yang akan ada?”

- I4 : “mmm... kan aku tadi udah sempet singgung sih dia kayak lebih menyeluruh ke segala sisi gitu. Jadi kayak dia itu mulai benerin satu-satu gitu loh, misalnya dari perekonomian pasar. Misalnya pasar yang lagi ini urgent banget ini apa sih? Misalnya dari fasilitas pasar itu sendiri. Nah dia itu akan gali situanya, misalnya pendidikan. Kan aku tadi singgung mbak puti yang kemana um gitu. Dia itu akan... misalnya um ini secara segi sekolah gedung udah bagus, tapi dari segi anak-anaknya sendiri sih belum terkelola misalnya. Dia kan kayak ngadain komunitas mahasiswa yang eee... apa namanya yang *freelancer*, yang usaha-usaha gitu lo pokoknya, gitu sih.”
- P : “kreatif”
- I4 : “he’eh kreatif apa gitu... lupa aku. Kan kalau memang itu akan berjalan selama periodenya dia kan akan kelihatan gitu kalau memang bener-bener berjalan.”
- P : “terus eee... kalau dari agamanya agnes sendiri itu ada nggak sih simbol-simbol agama yang sebenarnya itu nggak usah dimasukkan atau kayak ada larangan untuk memasukkan suatu simbol agama?”
- I4 : “simbol agamaku?”
- P : “ya mungkin tadi yang apa...”
- I4 : “gohonzon...”
- P : “he’eh”
- I4 : “cuma itu sih aku yang nggak boleh.”
- P : “yang lain mungkin nggak ada?”
- I4 : “nggak ada kok, nggak ada sih. Sah-sah aja.”
- P : “kalau di kampus sendiri, kan agnes masuk fisip nih, politik nih ilmu politik . Apa sih yang udah agnes dapetin ilmu apa sih yang udah kamu dapetin dari mata kuliah apa mungkin?”
- I4 : “kalau mata kuliah mungkin yang mengarah ke politik itu ada... kan kebetulan ada pip juga, pengantar ilmu politik, ada mata kuliah kewarganegaraan juga ada pancasila juga. Menurutku itu sih yang kayak lebih menjurus ke politik. Kalau yang lain ya namanya ilkom kan lebih umum kan mbak, jadi ya kita bisa aja ngambil politik tapi dari segi mana komunikasinya gitu.”
- P : “nah yang kamu dapetin dari pip tuh apa yang bisa dikonteks kan mungkin eee... belajar pip mbak, aku jadi tahu caranya memilih yang bener seperti apa, kampanye yang bener seperti apa atau seperti apa? Mungkin bisa diceritakan beberapa”
- I4 : “mmm... karena pengantar ilmu politik jadi kita juga belajarnya menurutku baru dasar sih. Maksudnya belum mendasar gitu kayak pengertian politik menurut ilmuwan siapa gitu yang aku nggak hafal. Hehe... terus kalau di pip sendiri ini materi seingetku aja kan kita juga diajarin kayak kekuasaan sama kewenangan gitu. Maksudnya kalau orang yang berkuasa itu belum tentu berwenang gitu, dan juga sebaliknya. Atau aku lupa sih kurang apa... ditanya gimana, cuma dari situ tuh kayak ngeh aja. Tapi sebenarnya memang eee... apa ya voting suara kita tuh penting gitu. Maksudnya kayak sayang sekali kalau kita eee... disalahgunakan gitu. Karena kita nanti berhubungan sama kedepannya kan. Jadi kayak kita ini milik pemimpin, kalau pemimpinnya aja udah nggak bener apalagi bawah-bawahnya gitu sih. Jadi kayak lebih ngeh aja, kalau dulu kan kayak ya udahlah biar dipikir yang tua-tua gitu kan kayak aduh...tu masih lama gitu kan. Terus kan itu kayak udah didepan mata gitu loh. Terus kan kayak pasti kalau di pip itu karena aku kan diajar prof. Ramlan, karena dia kan dari belanda juga kan, dari pendidikan apa itu. Sedikit banyak pasti ada perbandingannya, politik di indonesia itu gimana, di luar negeri itu gimana. Dari situ juga kita mulai kayak nyadar gitu segini parahnya politik indonesia gitu, gitu aja sih. Kayak mulai tersadar aja.”
- P : “jadi kuliah pip ini membentuk kesadaran anak muda”
- I4 : “he’eh”

- P : “agnes sendiri itu pernah nggak sih ngajakin temennya buat ayo milih dong kayak mengingatkan temen-temennya buat milih gitu. Karena agnes udah mendapatkan pendidikan politik lebih dari temen-temennya. Ada nggak sih kegiatan kayak seperti itu?”
- I4 : “kalau ngajak sih nggak sih mbak. Aku itu tipe orangnya yang kayak apa ya kurang suka mempengaruhi orang gitu lo. Cuma kalau ngasih tau sih ya, cuma apa ya persuasifku tuh di situ.... Jadi kayak..... eee... aku lupa”
- P : “tadi contohnya agnes buat ngajak itu kayak gimana tadi?”
- I4 : “mungkin kayak ya....ngasih...”
- P : “ngingetin”
- I4 : “ngingetin aja, cuma kayak ngasih pengertian semengertiku gitu. Kayak misalnya apa ya misalnya kayak ya mulai membantu membuka....”
- P : “pikiran?”
- I4 : “he’eh gitu sih”
- P : “itu terus responnya mereka seperti apa?”
- I4 : “namanya orang ya mbak beda-beda. Ada yang iya langsung ngeh. Ada yang ngomong apa sih bodo amat gitu sih.”
- P : “banyaknya yang mana?”
- I4 : “karena cewek mungkin lebih ke oya gitu. Kalau cowok kebanyakan ya apasih kok mikir kayak gitu, gitu sih. Cuma ada juga cowok yang serius gitu, cuma ya perbandingannya 1 lawan 100 lah. Hehe. ”
- P : “itu yang serius nih, temen-temennya agnes yang serius ih bahas pilgub atau politik seperti apa contoh pernah ada pembahasan yang menarik banget nggak? Mungkin yang masih kepikiran gitu? Ceritakan sebenarnya.”
- I4 : “apa ya? Aku tuh orangnya terlalu santai sih mbak. Jadi obrolannya terlalu bercanda-bercanda kayak gitu. Kalau politik itu nggak cuma ya mungkin kebetulan aja. Mungkin misalnya lagi kebetulan buka-buka instagram terus nemu nih terus kayak diobrolin misalnya ‘eh liatin deh ini gus ipul nih lagi bikin lagu sama via vallen’ misalnya gitu kan. Terus oh ya keren ya, terus kayak tiba-tiba pas ada satu lagi ‘ih khofifah ikut-ikutan’ gitu gitu lah pokonya. Lebih ke gitu-gitu aja sih.”
- P : “kalau si agnes dan teman-teman ini eee... membawa pembicaraan politik ini lebih santai....”
- I4 : “he’eh”
- P : “eee... tapi sering gak sih ngelakuin diskusi kayak gitu? Tentang politik-politik kayak gitu?”
- I4 : “mmm... nggak tau sih ya bisa dibilang sering, soalnya kita kadang... kita tuh nggak ngerencanain pengen ngomong itu, cuma kalau misalnya tiba-tiba ada apa, jadi bahan obrolan aja gitu. Ngalir.”
- P : “hal yang viral baru dibicarakan?”
- I4 : “he’eh”
- P : “yang dibicarakan tentang paslon itu apa sih? Eee... tentang kegiatannya mereka atau tentang latar belakangnya mereka? Atau apa biasanya?”
- I4 : “mungkin lebih ke kegiatannya mereka sih. Kalau latar belakang kita kayak nggak ngurus gitu, menurutku sih. Jadi ya cuma tahu aja misalnya oh mbak puti ini anaknya guntur soekarno, anaknya soekarno gitu. Kalau gus ipul tuh dulu juga jadi apa sih lupa aku, wakil nggak sih? Wakil gubernur ya? Cuma sebatas tahu gitu aja, nggak nyari tahu lagi.”
- P : “kenapa kok nggak pengen mencari tahu seperti itu?”

- I4 : “nggak tahu sih mbak, mungkin aku sama temen-temenku kecenderungannya sama kali ya. Jadi kayak pengen lihat aja sebenarnya apa sih yang dia promosiin gitu, pengen lihat kesitunya.”
- P : “terus eee... kalau simbol agama yang masuk banyak di iklan politik itu berarti dari pakaian kan? Terus selain pakaian itu apa? Yang mungkin pernah lihat apa aja? Mungkin kunjungan ke mana, ada nggak? Gak harus islam deh ada gak? Yang mewakili agama, ada nggak?”
- I4 : “hmmm... apa ya? Kalau yang paslon ini belum nemu sih.”
- P : “kalau kegiatan yang paslon ini lakuin yang berkaitan dengan agama menurut agnes yang sampai agnes mikir kok islam banget ya..”
- I4 : “ya itu tadi kayak misalnya dia ngadain acaranya tuh acara pengajian, terus apa sih namanya qosidahan atau apa. Aku tuh nggak terlalu tahu juga sih mbak, cuma kayak dari fotonya aja udah kelihatan kan kayak ibu-ibu pengajian yang bajunya sama, jilbab sama, gitu-gitu lah.”
- P : “nah menurut agnes itu agama itu menjadi patokan nggak sih buat milih?”
- I4 : “kalau dari aku sendiri nggak sih soalnya balik lagi ee.. Aku pun nggak mau cari latar belakang dia tapi, aku pengen lihat cara kerja dia gitu. Jadi, aku juga nggak terlalu ngurus dia latar belakangnya dari agama apa? Yang penting kan dia kerjanya bagus ya udah gitu, itu yang kita butuhin, gitu sih.”
- P : “ee terus apa namanya, kalau dari agamanya kamu sendiri, ada nggak diajarkan untuk memilih yang seperti apa pemilih itu? Ada nggak kalau yang misalnya tadi dibidang ada yang milih itu harus yang seiman gitu, ada nggak? Ada nggak sih diajarkan agama bundha atau apapaun agamanya boleh tapi asal yang seperti apa diajarkan dalam agama itu?”
- I4 : “apa ya seingetku nggak ada kriteria khusus ya mbak ya, balik lagi ke cara kerjanya sih jadi, ya mungkin dari pihak pandita sendiri ya itu balik lagi menyerahkan suara ke kita cuman ya dihimbau lagi, diriset lagi, dia *impact* nya buat kita itu apa? Buat indonesia itu apa? Soalnya kita tuh, dari agamaku sendiri itu setiap tahun tuh ada juga yang namanya ee .... Sembahyang untuk kemakmuran negara gitu dan di situ tuh balik juga ke tokoh agama yang diundang kayak misalnya menteri agama dan itu acaranya diadakan bergilir gitu, misalnya.”
- P : “setahun kapan?”
- I4 : “setahun sekali, misalnya tahun ini ada di batam, tahun besoknya lagi ada di surabaya se-indonesia gitu keliling-keliling”
- P : “itu mendekati waisak atau ini?”
- I4 : “nggak sih, nggak”
- P : “pokoknya tiap tahun?”
- I4 : “he em kita tiap tahun ada, cuman karena itu ee apa ya karena itu udah acara tahunan jadi, kayak kita ada agenda kan jadi diagendakan sekitar bulan oktober gitu. Tahun ini kalau nggak salah akan ada di medan.”
- P : “oh gitu?”
- I4 : “he em”
- P : “apa namanya berarti anak-anak mudanya itu juga dilibatkan dalam itu?”
- I4 : “he em”
- P : “jadi, kamu mendapatkan pendidikan politik juga dari agama ya?”
- I4 : “jadi, di sana kita juga mengundang tokoh politik itu, entah siapapun itu.”
- P : “ceritain yang ngundang tokoh politik itu siapa? Apa yang diomongin?”

- I4 : “dulu waktu, seingetku ya waktu di bandung sekitar dua tahun yang lalu itu kita ngundang pak annies baswedan, dulu dia jadi menteri, sebelum jadi itu. Jadi, menteri pendidikan diundang di bandung di sana juga karena kita acaranya doa bersama untuk negara kita juga ada acara kayak tanam pohon berapa ribu pohon bersama gitu ee disitu ya pak annies ngomong sebagai porsinya. Maksudnya sebagai kepala pemerintahan yang mengayomi masyarakatnya, di situ menurut kami kita ya merasa ya aku bilang tadi ngerasa diakuin juga, kedua ngerasa kalau ee apa ya ternyata negara itu butuh sosok agama juga, maksudnya kayak indonesia kan negara yang enggak mengharuskan agama cuman ada agama yang mengakui adanya agama gitu, menurutku apa ya ee dari ceramahnya dia itu sedikit banyak juga ngomong kalau kita tu penting beragama entah apapun agamanya itu, gitu sih.”
- P : “kalau misalnya ada kegiatan itu, itu namanya apa?”
- I4 : “wnr, wahana negara raharja”
- P : “nah itu apa perwakilan aja tiap daerah atau semuanya gitu?”
- I4 : “nggak sih kita open pendaftaran yang pengen ikut boleh iku gitu sih.”
- P : “tapi, kalau yang datang itu usia kisaran berapa?”
- I4 : “ee campur sih mbak, soalnya kan kalau ibu ngajak anaknya, sekeluarga bareng sekalian, kan itu konteksnya sekalian liburan gitu kan, kan kita kayak jelajah indonesia gitu. Jadi, habis wnr ada *extent* . Jadi, konteksnya sekalian liburan gitu sekalian ikut acara gitu.”
- P : “itu tiap tahun dan?”
- I4 : “he em kita juga pernah ngundang jokowi waktu dia, ini acaranya di jakarta. Kan dia sempet jadi gubernur dki.”
- P : “he eh”
- I4 : “nah pas dia jadi gubernur dki dia mau nyalon presiden. Nah itu pernah ngundang juga
- P : kalau misalnya orang mau nyalon itu kan ya biasanya berpolitik dalam agama, itu gimana? Apa yang jokowi lakukan?”
- I4 : “ya dengan ciri khasnya dia sih, slubukan blusukan gitu, ya apa ya kita dulu sesinya enggak lama karena ee pak jokowi waktu itu lagi sibuk-sibuknya juga dan kita acaranya ada di bogor, mega mendung. Jadi, kayak dia datang beri sambutan kayak istilahnya pembukaan acara, acaranya dibuka udah beliau pulang gitu. Jadi, kek seneng gitu mbak, kayak ngalah-ngalahin itu artis. Pak jokowi datang gitu. Pak jokowi salaman apalah gitulah pokoknya dikerumunin gitu.”
- P : “w apa?”
- I4 : “wnr”
- P : “wnr itu ngundang pak jokowi dalam posisi dia sebagai gubernur tapi, di saat bersamaan dia sedang mencalonkan presiden?”
- I4 : “he em”
- P : “terus itu pengalaman-pengalaman yang ee bersinggungan dengan politik agama di internal apa?”
- I4 : “ee kebanyakan sih kita, kalau misalnya kita lagi ada acara agama misalnya wnr nih, kan acaranya se-indonesia, cuman agama budha tapi, kan se-indonesia itu sering ngundang tokoh politik sih, jadi ya mungkin yang bersinggungan itu, soalnya ketemu menteri agama, menteri pendidikan, pak jokowi sendiri, ada lagi siapa aku lupa, pak sby juga pernah dulu pas jamannya pak sby jadi presiden kita juga pernah ngundang pak sby, terus waktu dulu ada juga eddy baskoro yang waktu dia nyalon apa itu pernah juga tapi bukan tapi. Bukan dalam konteks kampanye. Dulu apa ya? Lupa sih aku, itu malah dateng ke madiun kalau enggak salah.”
- P : “ee berarti keterwakilannya lebih sering ke segi nasional ya secara langsung?”
- I4 : “he eh”

- P : “eee... Kan tadi simbol agama dimasukkan tuh yang candi itu, itu agnes menerimanya seperti apa? Bagus nggak? Atau ya udah nggak usahlah ngapain atau gimana?”
- I4 : “ya nggak papa sih wajar-wajar aja sih mbak, soalnya kayak aku bilang tadi itu kan kayak kondisional poll, jadi ya karena ini pas lagi waktunya waisak momennya pas lagi pas aja istilahnya, kan di samping itu ada juga kan kayak ee poster lagi ucapan kayak “selamat menunaikan ibadah puasa” menurutku ya seimbang aja sih wajar.”
- P : “di jatim sendiri agnes merasa nggak sih ada ketimpangan agama dalam berinteraksi sama temen dalam bercandaan yang menyinggung agama, menurut agnes itu seperti apa?”
- I4 : “menurutku seiring berjalannya waktu, semakin kita tumbuh dewasa itu akan hilang dengan sendirinya gitu lo mbak, soalnya kan apa ya menurutku kayak git utu pikiran-pikiran anak kecil kan maksudnya yang masih apa ya, bayi poll gitu lo ibaratnya orang kasar ngomong. Tapi, kalau semakin dewasa akan sama-sama ngerti, jadi kayak perlahan ilang sih, kalau dulu waktu jamannya aku sd, smp waw kayak tiap hari itu perang sama temen sendiri, temang sebangku, teman sekelas gitu kan, kayak tapi kalau dipikir-pikir iya sih itu kayak heh nggak penting banget gitu loh. Tapi, serakang udah mulai paham kan jadi, ya udah nggak sih sekarang.”
- P : “ada nggak sih iklan-iklan yang menurut agnes bagus untuk kampanyenya pilgub jatim, jadi, yang sekarang bagus itu yang seperti apa? Yang mana yang bagus?”
- I4 : “mm.. Apa ya?”
- P : “kan ada via vallen tuh? Selain itu apa?”
- I4 : “he eh, apa ya?”
- P : “atau via vallen itu yang paling bagus?”
- I4 : “iya sejauh ini gitu hahaha...”
- P : “karena?”
- I4 : “karena menurutku balik lagi kan lagi jamannya jadi, kita kan gampang nerimanya jadi, gampang inget juga. Jadi, langsung oh yang ini, oh via vallen ya gitu langsung nyantol.”
- P : “kan dari sisi lagunya?”
- I4 : “he em”
- P : “kalau visualnya apa?”
- I4 : “visualnya ya pernah lihat videonya, denger lagunya ada posternya juga.”
- P : keberagaman apa yang ditunjuk dalam video via vallen itu? Dalam kampanye pilgub
- I4 : “seingetku dulu video klipnya itu lebih ke pekerjaan-pekerjaan gitu sih, kalau nggak salah kan ada yang jadi shoot pasar, shoot apa petani di ladang gitu, selebihnya lupa. Menurutku ya menunjukin kemakmurannya gitu lo, makmur dalam segi ekonomi gitu loh pastinya.”
- P : “yang bikin menarik dari iklan itu apa sih? Menurut agnes yang bisa mempengaruhi orang buat milih itu apa? Dalam iklan kampanye politik.”
- I4 : “mm visi misinya dia, program kerja gitu-gitu.”
- P : “apa, kan sekarang namanya udah macem-macem ya atau gak cuma paslonnya ngomong. Tapi, ada beberapa tim suksesnya dia membuat video parodi bikin apa orang jadi suka. Nah agnes pernah meliha video-video khusus yang mengarahkan untuk memilih. Atau agnes cuma *pure* lihat dari calon pasangan itu?”
- I4 : “iya sih , kebetulan yang aku *follow* itu dia kayak gambarin apa kegiatan-kegiatannya aja nggak kayak video khusus gitu.”
- P : “terus ada kepikiran gak setelah misalnya ada kegiatan politik mana, terus agnes ikut kampanye politik gitu?”

- I4 : “belum kepikiran sih mbak, kan masih bingung juga gitu terus kayak aku tu mikirnya kayak ee aku tu kan kadang juga kepikiran sih pengen juga kayak apa sih namanya kampanye di jalan-jalan gitu kan. Cuman kayak mikirnya ha? Aku tuh kemudaan nggak sih? Ha, aku tuh pikirannya terlalu tua nggak sih ikut ginian? Kadang kan orang ngomong kayak “*arek iki lo jek cilik wes melu-melu ngene*” rasanya jadi kek tua banget gitu.”
- P : “ada nggak yang pernah ngomong gitu?”
- I4 : “nggak ngomong ke aku sih, cuman pernah aja ada yang ngomong gitu ke orang lain cuman aku pernah denger gitu sih.”
- P : “apa menurut agnes situasinya temen-temen agnes sendiri itu partisipasi teman-temannya agnes seperti apa? Ada yang ikut timses mungkin?”
- I4 : “belum sih mbak, kalau timses belum cuman menurutku dengan dia ngomongin mereka dengan ya udah kayak saling adu argument itu menurutku udah berpartisipasi nggak sih, jadi mungkin secara nggak langsung mereka mikirin juga gitu.”
- P : “ee terus tadi temen udah, kalau orang tua udah, terus ada nggak dari guru mungkin mengajarkan tentang menceritakan mungkin waktu sd,smp,sma menceritakan oh, ini tu karakternya seperti ini jangan dipilih, atau agama ini tu kayak gini ? Jadi milihnya yang ini, ada nggak?”
- I4 : “nggak sih, mereka tuh nggak langsung menjurus ini bagus cuman ya kalau aku sih nangeknya lebih ke buka *mindset* kita aja gitu ya ada sih kalau misalnya yang, yang jelasin misalnya jokowi nih kelihatannya bagus cuman menurutku aku nggak nangek yang dia langsung kompor ini bagus ini jelek, nggak, cuman kayak ini lo perlu contoh bagi kita gitu, lebih ke implementasinya juga bagi siswa atau mahasiswa itu apa gitu sih?”
- P : “tapi, banyak nggak waktu dulu smp atau sma pendidikan politiknya banyak? Pendidikan politik kan nggak harus kayak kita di kelas gitu, pernah nggak? Sering nggak?”
- I4 : “apa ya? Sd sih nggak lah ya nggak ada hahahaha.. Kalau smp kayaknya belum deh, kalau smp mungkin ngenalin politiknya lewat organisasi kali ya, karena kan menurutku politik juga bisa dibidang strategi kan strategi dalam suatu pemerintahan itu sendiri, bisa kecil atau besar mungkin kalau dalam lingkup smp mungkin dari mengenal organsasi, cara-cara pemilihannya milihnya udah pakek ee nyoblos atau apa, lanjut ke sma jauh lebih tinggi sama sih, cuman kayak konteksnya lebih lebar aja. Menurutku dimahasiswa pun juga ada kan kaya kita dengerin.”
- P : “nah, dari organisasi gitu ya diajarin caranya milih, itu agnes aktif nggak? Dari kecil dulu udah aktif milih?”
- I4 : “aktif sih, kebetulan aku juga suka berorganisasi jadi, dari smp itu juga ikut organisasi cuman ee dulu smp itu belum osis, karena dulu osis smp itu dipilih sama guru. Jadi, perwakilan kelas gitu lo, satu kelas dua orang gitu, cuman jadi kan kita kayak nggak bisa gitu kan karena kita kan
- P : “nggak kayak dianjurkan berpartisipasi langsung gitu ya?”
- I4 : “he em, nggak ditanya pendapatnya, terus ditujuk lagi sama gurunya kan jadi sebel gitu, terus kalau smp dulu aku ikutnya kayak organisasi majalah gitu. Dari situ menurutku juga udah diajarin kan, maksudnya kayak dari segi susunan, struktur segala macem, apa cara kerja gitu, terus masuk sma aku baru ikut osis kalau smakan lebih demokratis kan lebih siapa yang pengen gitu daftar. Ya udah menurutku itu udah kayak mulai kerasa gitu politiknya, kalau smp kan masih kayak dipegang guru gitu kan kalau sekarang sma gurunya lepas gitu. Jadi, disitu kayak bener-bener siswanya sendiri yang nge-*running* gimana sistem pemilihannya sampe cara kepilihnya gitu-gitu. Terus dulu sma juga pernah kepilih jadi kandidat ketua osis yang ngerasain orasi di depan temen-temen gitu yang pemilu, yang kampanye ke kelas-kelas gitu, sempet ngerasain sih kayak gitu, jadi ya sedikit banyak kegambar kan oh ternyata ini nih yang namanya kampanye gitu-gitu. Terus kalau kuliah karena ini masih semester awal juga jadi secara prosesnya belum tahu, cuman kalau secara kegiatannya ya kan kalau ada pemilihan pres bem gitu ngelihatin gimana cara ada orasinya juga, kampanyenya juga, lebih ke oh tahu gitu.”
- P : “ee apa waktu smp kan dipilih ya?”
- I4 : “he em”



- P : “menurutmu sistem dipilih itu adalah hal yang bagus kah atau itu justru hal yang mematkan pilihan kita?”
- I4 : “karena dulu itu milihnya subjektif bukan objektif gitu, aku bilang subjektif karena apa ya ee jujur aku dulu nggak terima sih waktu smp hoee kok aku nggak kepilih sih.. Apa ya kek gemes gitu lo terus kebetulan pas sma dari mantan osis smp ini juga ikutan daftar tapi, yang keterima aku gitu. Jadi, aku kek mikirnya tuh kan secara kualitas gitu-gitu. Ini sebenarnya udah jadi rahasia umum sih osis di smp ku itu yang dipilihnya adalah dilihat dari segi penampilan gitu soalnya kan kalau smp osis nya kan belum terlalu pegang organisasi sih, cuman dia ada acara di mana perwakilan diajak gitu, jadi kek lebih penampilan fisiknya. Ya kalau cewek cantik, kalau cowok ya ganteng gitu sih.”
- P : “itu apa namanya kan tadi bilangnya kecewa ya, kenapa kok kecewa? Apa sih yang bikin kamu pengen jadi osis pas waktu smp itu apa?”
- I4 : “ee soalnya apa ya??”
- P : “yang buat kamu kayaknya keren deh jadi osis itu apa?”
- I4 : “bukan masalah keren nggak keren sih mbak cuman ya menurutku osis itu organisasi nomor satu di sekolah gitu, baru di bawahnya ada pramuka, ada majalah, ada apa gitu, jadi kayak masuk osis itu kayak bener-bener ini tu anak pilihan gitu, cuman kalau dari sistem pemilihannya udah kayak gini kan kayak “ha? Kamu tuh lihat apanya sih pak?” Kan gitu, kayak kamu nggak lihat isinya, gitu terus kayak yang dipilih dia tu orang yang menurutku kayak ha gemes banget gitu lo, “kenapa nggak aku?” Terus maksudnya dilihat dari segi apanya? Prestasi nggak, kemampuan juga nggak, mungkin ya itu tadi balik lagi dilihat dari subjektifnya dia cantik dia ganteng gitu sih, itu yang bikin gemes.”
- P : “terus menurut agnes apa pendidikan politik itu harusnya ditanemin sejak kapan atau yang sekarang udah bagus ya?... (kurang jelas) seperti ini gitu.”
- I4 : “mungkin tahap pertama smp sih ya, kalau sd kan nggak mungkin tuh mungkin sd apa yah kalau politik ya mungkin ngenalin dari segi struktur kali ya, struktur-struktur mulai dikenalin kalau di bawah presiden apa mungkin gitu masih bisa, cuman kalau lebih ke prakteknya mungkin bisa ditanemin dari smp jadi, istilahnya sma-nya ini tu tinggal jalan, mahasiswanya udah matang gitu soalnya aku tuh ngerasanya kek sma baru latihan nih baru mulai start gimana nih, terus sma-nya tu ee mahasiswanya itu kayak nanggung gitu lo setengah matang istilahnya. Tapi, kalau dari smp udah mulai dikenalin prosesnya jadi kalau misalnya salah pun masih tahap pertama gitu nanti ditahap diatasnya nih udah mulai matang, mahasiswanya nih mulai bisa. Soalnya kan gimana ya, menurutku mahasiswa itu ee istilahnya udah pendidikan tertinggi nih, jadi mau nggak mau dia akan berpengaruh juga. Jadi, kayak biar ee misalnya kebetulan dia di jurusannya itu ya sekalian bisa langsung maksudnya langsung bisa dipercaya gitu cuman kalau mahasiswanya aja masih kayak aku gini setengah matang diragukan lagi gitu kan.”
- P : “jadi penting ya pendidikan politik itu?”
- I4 : “penting sih, soalnya menurutku politik itu nggak melulu soal tata negara kan cuman kayak menurutku kehidupan sehari-hari itu butuh politik butuh berpolitik gitu?”
- P : “jadi apa yang bisa disimpulkan tadi dari kita diskusi ini agnes melihat kalau misalnya simbol agama itu ya nggak papa dimunculkan tapi yang rata kalau misalnya nggak rata mending nggak usah. Jadi, secara langsung kamu menerima tapi, dengan syaratnya yang rata gitu ya?”
- I4 : he em

**Informan Kelima – Zahra (I5)**

- P : “iya zahra terimakasih sudah mau menyempatkan waktunya, ee di sini saya akan menanyakan beberapa pertanyaan, nah pertanyaan ini tu akan saya jadikan buat bahan skripsi saya nanti. Jadi nanti semua keaslian datanya akan terjaga. Ee zahra mungkin bisa diceritakan dulu namanya terus kegiatannya di kampus sekarang ngapain ?”
- I5 : “ee saya zahra,angkatan 2017 hubungan internasional. Saya di kampus mengikuti ukm dan juga berkuliah biasa sih.”
- P : “zahra juga aktif dalam mungkin organisasi politik mungkin atau apa, ada nggak ?”
- I5 : “kalau organisasi politik nggak ada”
- P : “di kampus nggak ikut kayak bem gitu ?”
- I5 : “enggak”
- P : “iya oke, kita ke *media* habitnya zahra dulu ya, ee zahra kalau main instagram itu sehari berapa kali ?”
- I5 : “sehari itu banyak sih, maksudnya nggak tentu gitu, tergantung waktu luangnya saya.”
- P : “kalau satu minggu,pasti setiap hari buka ya ?”
- I5 : “iya”
- P : “terus biasanya kalau ngakses tu waktu, apa pas waktu luang aja atau ada waktu tertentu yang khusus buat o ini kayaknya bosan banget ni harus buka gitu ?”
- I5 : “biasanya sih ee bangun tidur, sama sebelum tidur, itu trus sama kalau pas lagi ada *break* istirahat gitu”
- P : “kalau bukanya itu sendirian atau ada temen-temen ? Ada grup diskusi membicarakan sesuatu terus zahra pengen buka atau gimana ?”
- I5 : “ee sendirian”
- P : “oo sendirian, terus apa aja sih yang biasanya dibuka di instagram ?”
- I5 : “eee kalau buka instagram biasanya lihat yang ada di *feed* aja sih”
- P : “oh gitu. Aktivitas temen gitu ya ? Ee terus zahra tau nggak tentang iklan kampanye ?”
- I5 : “ee iklan kampanye itu yang kayak spanduk-spanduk gitu, banner-banner gitu, kan biasanya juga ada di jalan-jalan, terus ee pasangan calon itu juga setau saya kayak melakukan kunjungan-kunjungan ke daerah kayak tur juga, apa, untuk mengadakan acara yang bertujuan untuk kampanye gitu, mengkampanyekan dirinya”
- P : “terus kayak di *social media*, zahra tau nggak kalau misalnya ada iklan kampanye politik ?”
- I5 : “kenapa ?”
- P : “ohh enggak, ada iklan kampanye politik di *social media* ni, instagram”
- I5 : “iklan yang menyaingi ?”
- P : “iklan kampanye politik”
- I5 : “ooh ee kalau kampanyenya sih mungkin cuma kayak ee pilih nomer ini, pilih nomer ini, gitu.”
- P : “liatnya dari postingannya berarti ya ? Apa aja sih yang zahra liat ? Misalnya kampanye politik nya. Ee zahra ngikutin siapa ?”
- I5 : “ee ngikutin bu khofiah sama mas emil”

- P : “bu khofifah sama mas emil, pernah nggak ada satu video atau fotonya mereka yang bener-bener teringat di kepalanya zahra ?”
- I5 : “ee ada sih, ee waktu mereka melakukan kampanye di jombang”
- P : “apa yang bikin berkesan dari kampanyenya ?”
- I5 : “ee berkesannya karena apa ya ee rame aja sih disitu.”
- P : “apa sih yang zahra suka ? Kan tadi bilang suka sama bu khofifah sama mas emil ya, itu apa sih yang bikin zahra suka sama mereka ?”
- I5 : “ee yang pertama sih karena bu khofifah, ee kan diantara dua pasangan calon ini yang saya tau itu bu khofifah sama mas emil ini, nah bu khofifah itu kan dulunya juga pernah menjabat sebagai menteri sosial, terus juga ketua ppp, e juga pernah menjadi ketua ppp, ee terus istilahnya itu *track record*nya udah bagus gitu lho, kinerjanya sudah saya tau gitu.”
- P : “gitu ya, ee berarti yang tadi kan zahra bilang kegiatannya ya yang diliat ya. Ee ada nggak sih kegiatan lain yang menurut zahra tu menonjol, misalnya jinglenya dia itu bagus atau ee orasinya bagus atau ada nggak kegiatan yang paling menonjol buat zahra ?”
- I5 : “ee kegiatan yang paling menonjol mereka, apa ya, ee semacam ini sih, mereka turun langsung ke lapangan untuk kayak contohnya ee membantu petani-petani gitu, pengabdian masyarakat yang udah mereka lakukan”
- P : “zahra bener-bener suka konteks kegiatan yang turun langsung ke masyarakat ya ?”
- I5 : “he’eh”
- P : “terus kita lanjut ni, sejak kapan sih zahra ini kenal sama politik ?”
- I5 : “sejak kapan ya, sejak kuliah ini sih”
- P : “sejak kuliah, ee mata kuliah apa ?”
- I5 : “karena sebelumnya saya ee walaupun orang tua saya ee pegawai negeri, saya justru malah nggak suka sama politik”
- P : “nggak sukanya apa nih ? Atau emang, maksudnya yang bikin suka apa ?”
- I5 : “kenapa ?”
- P : “yang nggak suka dulu deh dari politik itu apa ?”
- I5 : “yang nggak suka, ya kan politik indonesia itu kayak gitu, ada kkn, terus juga istilahnya nggak bersih lah gitu”
- P : “gitu, terus yang bikin zahra tertarik selain mata kuliah mungkin ?”
- I5 : “ee apa ya, kan politik indonesia itu kan nggak bersih gitu, lah kita kan sebagai mahasiswa nih, nggak bisa cuman protes aja gitu tapi kita juga harus apa ya melakukan perubahan sendiri gitu.”
- P : “berarti yang mengenalkan zahra itu mata kuliah ya, pelajaran di kampus atau temen-temennya juga mengenalkan zahra tentang politik ?”
- I5 : “pertamanya dari mama sih, terus baru mata kuliah ini”
- P : “terus kayak sering nggak sih diskusi sama teman-teman tentang politik di indonesia mungkin ?”
- I5 : “ee kalau diskusi sama temen-temen jarang, tapi mungkin sama orang tua mungkin sering”
- P : “kalau mama ini ngenalin politik ke zahra seperti apa ?”

- I5 : “ngenalannya itu kayak ee pertamanya itu kayak di tv itu suka disetelin yang politik-politik, diceritain gini-gini gitu”
- P : “terus mama pernah nggak kayak ngasih apa, ee bahan buat diskusi gitu, terus kayak responnya zahra seperti apa ?”
- I5 : “ee kalau bahan diskusi sih”
- P : “ngobrol-ngobrol gitu terus jadi kayak diskusi ?”
- I5 : “ee itu cuma mungkin kayak ee kamu pilih siapa gitu, terus milih gitu”
- P : “terus partisipasinya zahra buat politik itu apa ? Atau ngikutin paslonnya ? Atau gimana, mungkin nggak mbak saya cuma akan pilih suara aja ?”
- I5 : “ee apa ya saat ini mungkin yang bisa saya lakukan cuma mungkin jadi pemilih aja sih”
- P : “ngikutin *difollow* gitu nggak ?”
- I5 : “iya *difollow*”
- P : “terus misalnya kalau ada kegiatan politik itu zahra tertarik ikut nggak ?”
- I5 : “ee enggak, nggak pernah”
- P : “terus yang zahra tau tentang kampanye politik di social media itu apa aja selain di instagram ?”
- I5 : “ee biasanya saya juga liat ini sih kayak debat-debatnya itu saya liat di you tube gitu”
- P : “ada nggak apa, pernah menemukan nggak kalau misalnya iklan ee politik ini masuk ke *feednya* zahra, pernah nggak ? Ata liat story trus tiba-tiba ada iklan gitu ? Kan sekarang kan banyak kan iklan, pernah nggak ngalami itu ?”
- I5 : “nggak pernah sih”
- P : “nggak pernah ya ?”
- I5 : “he’e nggak pernah ada iklan gitu”
- P : “cuma lewat *feednya* paslon aja ya ?”
- I5 : “iya he’e”
- P : “terus simbol-simbol agama apa sih yang apa, zahra pernah tangkep dari ini ?”
- I5 : “kalau simbol agama itu ee pengenaaan atribut gitu ya. Paslon kan ada yang pakai kopyah, terus juga ada yang pakai kerudung juga walaupun kayak siapa itu, mbak puti itu nggak bener pakai kerudungnya, ya gitu. Sama kayak kunjungan apa, ziarah-ziarah gitu sih”
- P : “oke kita mundur lagi berarti, simbol agama menurut zahra itu apa sih ?”
- I5 : “simbol agama itu merupakan sebuah suatu apa ya, identitas, sesuatu yang menunjukkan identitas kita”
- P : “terus penting nggak sih ada identitas agama dalam iklan politik itu?”
- I5 : “ya sebenarnya menurut saya nggak penting sih karena kalau kita milih pasangan calon kan nggak dilihat dari agamanya gitu”
- P : “gitu ya, terus tertarik nggak sih nonton iklan di media social ? Atau lebih suka yang di ini aja mbak, yang langsung ?”
- I5 : “ee kalau iklan di media sosial sih kurang tertarik gitu”

- P : “kenapa tuh ?”
- I5 : “karena kadang-kadang iklannya ngganggu gitu”
- P : “terus, apa, kapan sih kamu pertama kalinya ngakses akun instagramnya bu khofifah sama mas emil ?”
- I5 : “ee waktu setelah debat, debat yang pertama, kapan ya, maret mungkin kalau nggak salah”
- P : “terus kenapa zahra tertarik mengikuti itu ?”
- I5 : “iya karena saya suka dengan mereka gitu”
- P : “ada nggak keinginan buat ngikutin, pengen tau aktivitasnya yang gimana gitu? Atau kualitasnya yang gimana gitu ? Atau ya karena suka aja mbak ? Yang mana sih yang dominan ?”
- I5 : “kenapa ?”
- P : “lebih suka, lebih ngikutin karena suka orangnya atau karena pengen tau kualitasnya, kinerja mereka atau ?”
- I5 : “ya lebih pengen tau kinerja mereka”
- P : “terus, dimana sih bisa ngaksesnya ini ? Di rumah atau di kampus ?”
- I5 : “ee di, di rumah sih”
- P : “terus, seberapa sering liat akun ini, dibandingin akun lawannya ? Lawannya liat nggak ?”
- I5 : “enggak, ee saya liat sih cuman kan karena saya nggak follow, saya nggak *follow* jadi nggak sesering ngeliat yang bu khofifah sama mas emil ini”
- P : “nah tadi kan zahra bilang ya, kalau misalnya mbak puti itu kerudungnya nggak bener. Terus menurut zahra, si paslon yang zahra suka ini udah bener kah atau gimana penampilannya. Bisa diceritakan penampilan yang merepresentasikan mereka ?”
- I5 : “ee kan kalau kerudung, ya sebenarnya sih terserah individu masing-masing ya mau makenya kayak gimana gitu. Cuman kan kalau bu khofifah ya, ya udah bener sih maksudnya kerudungnya diginiin gitu lho, di apa diiket nah kayak gitu. Tapi kan kalau kayak mbak puti itu cuma kayak disampirkan aja. Tapi ya sebenarnya terserah sih gitu.”
- P : “berarti pakaian itu termasuk salah satu faktor penentu buat zahra memilih atau ?”
- I5 : “kalau saya sih enggak ya”
- P : “ngeliatnya nggak enak aja gitu ? Terus, kan tadi zahra bilang kalau misalnya ada ziarah gitu kan yang dilakukan sama paslon, apakah itu juga menjadi hal menarik ? Atau apa sih sisi menarik dari seorang calon ini buat zahra memilih ?”
- I5 : “eem, kalau ziarah gitu ee ya menarik, menarik aja sih karena mungkin mereka ingin kayak menghormati ee yang leluhur-leluhur gitu”
- P : “lebih menarik pakaiannya, sosok figurnya, latar belakangnya, atau ke-*crowded*-annya ?”
- I5 : “ee latar belakang sama ke-*crowded*-annya sih”
- P : “latar tempat juga ini nggak, wah ini lagi ada acara di masjid atau ponpes mana, itu menjadi hal yang menarik nggak buat zahra ? Atau enggak mbak yang lebih penting itu pesan yang disampaikan atau ?”
- I5 : “ee kalau misalkan latar tempat, nggak terlalu ini sih saya, nggak terlalu berpengaruh”

- P : “oke, terus menurut zahra, kita ngomongin khofifah sama mas emil aja ya kan katanya yang diliat zahra tu mereka. Ee apakah mereka itu sudah bisa menyampaikan atau berbicara itu bisa menjelaskan tentang yang diinginkan ?”
- I5 : “ee se yang saya lihat sih mereka sudah ee menyampaikan pesan, mereka sudah menyampaikan apa yang ingin mereka sampaikan dan itu jelas sekali informasinya jelas gitu. Saya waktu lihat di debat cagub itu kalau pasangan calon yang nomor dua ini, dia kurang bisa menjawab gitu lho, kurang bisa menjelaskan gitu, terus kadang beliau ditanyain apa gitu tapi kurang bisa menjawab dan menyelesaikannya gitu”
- P : “atau dari mana sih kamu itu yakin buat ikutin iklan itu ?”
- I5 : “kalau saya ikutin, mengikuti iklan itu karena tertarik sih penasaran aja”
- P : “pertama tau akunya itu nyari-nyari sendiri atau dikasih tau sama temen ?”
- I5 : “nyari-nyari sendiri”
- P : “nyari sendiri, terus menurut kamu iklan di pilgub jatim sekarang ini 2018 menggambarkan satu agama tertentu nggak ?”
- I5 : “ya menurut saya sih iya, terlalu menggambarkan islam gitu”
- P : “menurut kamu kenapa tu kok kayak gitu ?”
- I5 : “ya mungkin karena islam itu negara, ee kok negara, mungkin karena indonesia itu agama mayoritasnya islam gitu. Jadi kayak mereka terlalu menonjolkan islam dan juga sekarang orang-orang itu banyak yang kalau nggak islam nggak mau pilih gitu”
- P : “terus kenapa kok yakin kalau ini menunjukkan islam selain karena pakaiannya tadi ?”
- I5 : “ee ya itu sih, terlalu menonjolkannya dari atribut sih gitu”
- P : “iya, terus zahra kebetulan islam ya , berarti zahra sudah merasa terwakili dalam iklannya ?”
- I5 : “sebenarnya kalau dalam politik ya, kalau agama sih bukan sesuatu hal yang perlu, maksudnya yang perlu di permasalahan gitu. Yang saya lihat sih bukan agama pasangan calon ini, tapi lebih ke kayak kinerja mereka gitu. Contohnya kayak gubernur yang jakarta itu kalau misalkan saya orang jakarta saya akan memilih ahok gitu walaupun agama dia kristen”
- P : “tapi tetep zahra sudah merasa diwakili keislamannya zahra sama khofifah atau masih ada yang belum diwakili ?”
- I5 : “merasa sudah cukup diwakili sih”
- P : “kalau idealnya menurut zahra, simbol agama yang ditampilkan atau ditunjukkan ke social media dalam rangka kampanye itu seperti apa ? Misalnya atribut, atau atributnya seperti apa ? Kayak batasannya seperti apa ?”
- I5 : “simbol agama yang ideal itu, gimana ya, ee ya mungkin kayak ee dia itu pakai atribut yang baik dan benar, itu aja udah cukup sih. Terus kayak mungkin melakukan atau mengadakan acara-acara kegamaan kayak pengajian-pengajian gitu, ziarah, kayak gitu sih”
- P : “ada nggak ketidaksesuaian yang dimunculkan dalam iklan kampanye pilgub jatim ini ? Ketidaksesuaian simbol agama yang dimunculkan”
- I5 : “hmm.. Nggak ada sih sebenarnya, cuman mungkin ada yang gak aneh itu mungkin cara pakai kerudungnya mbak puti. Tapi ya itu kan terserah individu masing-masih sih pakainya mau gimana gitu”
- P : “terus kalau zahra sendiri itu ada rencana buat terjun ke politik nggak ?”

- I5 : “saya sih, saya dulu nggak ada rencana sama sekali ya karena saya dulu nggak suka sama hukum dan politik. Tapi semenjak kuliah ini, apalagi pas kapan hari saya habis dari dprd gresik itu katanya kuota untuk wanita itu dinaikkan jadi mungkin kalau nggak salah 30%, jadi mungkin berminat terjun ke politik”
- P : “terus menurut kamu ada nggak sih simbol-simbol agama lain yang ditonjolkan atau ditampilkan di ini, di iklan politik di instagramnya mas emil ?”
- I5 : “ee simbol agama yang lain ?”
- P : “agama selain islam”
- I5 : “ooh mungkin kayak cuma ucapan-ucapan aja. Mungkin hari kayak waisak atau nyepi, terus mereka ngucapin”
- P : “terus udah cukup atau menurut zahra sebagai teman dari agama yang lain mungkin mbak kok sepertinya kurang ya, kok njomplang ya, itu seperti apa ?”
- I5 : “udah cukup”
- P : “udah cukup, harusnya porsi agama seperti itu ?”
- I5 : “sebenarnya udah cukup sih gitu, cuman karena mungkin mereka agamanya juga islam jadi ya mungkin terlalu banyak di islamnya gitu”
- P : “ok, pernah nggak zahra diskusi sama temen-temennya tentang politik jatim ? Ada opini lain mungkin”
- I5 : “ee kalau tentang politik jatim sih nggak pernah ya”
- P : “berarti zahra ini kalau melihat pilgub jatim iklan-iklan yang ditampilkan, simbol-simbol agamanya dimunculkan, berarti zahra bersikap setuju ya menerima, menerima tapi harusnya nggak kayak gini mbak, atau sebenarnya saya nggak nerima mbak, ada tiga pilihan nih, kalau disuruh milih zahra pilih yang mana ?”
- I5 : “ee saya menerima menerima aja sih”
- P : “kan zahra ini hubungan internasional, temen-temennya zahra dapet kelas politik-politik kan ya ?”
- I5 : “iya politik”
- P : “itu tu ada nggak sih kecenderungan di pergaulan zahra tentang membahas politik ? Apanya yang dibahas ?”
- I5 : “ee kalau aku sih biasanya suka, karena aku suka politik gitu ya, kadang ngajak diskusi temen juga, kayak nanyain eh ntar kamu pilgub ini bakalan milih siapa, dijawabnya bakalan milih bu khoffifah gitu, terus aku tanya knapa gitu, iya soalnya ee mereka itu *impressionnya* udah bagus di mata masyarakat, gitu sih”
- P : “terus apa, temen-temennya zahra yang seumuran zahra itu banyak nggak sih yang tertarik sama politik ? Atau banyak nggak sih yang melakukan diskusi-diskusi ? Atau nggak peduli gitu sama politik yang sekarang ?”
- I5 : “ee kalau saya sih yang peduli sama politik itu ada, cuman sekitar 1, 2, kebanyakan sih mereka kalau di temen-temen aku sendiri ya, itu nggak peduli sih sama politik di indonesia, mereka lebih tertariknya sama isu-isu internasional”
- P : “itu kenapa tu ? Kecenderungan seperti itu menurut zahra kenapa ? Karena tugas kuliah kah atau mereka memang nggak ada minat sama politik indonesia ?”
- I5 : “ya mungkin karena mereka minatnya dan tertariknya, maksudnya lebih *interst interested* ke internasional. Mereka juga mungkin merasanya politik indonesia itu ya kayak gitu lah gitu.”

- P : “ada nggak perbincangan yang zahra ingat yang menarik dan bisa zahra ceritakan tentang politik indonesia mungkin jawa timur ? Dari diskusi yang zahra lakuin sama temen-temen, anggapan-anggapan apa ?”
- I5 : “waktu itu teman saya pernah sih dia ikut kampanyenya mbak puti sama gus ipul, terus dia itu bilang, apa ya dia kan ndukung mbak puti sama gus ipul, terus alasan dia karena itu sih, mbak puti itu cucunya soekarno, itu sih. Kalau menurut saya ya nggak peduli dia keturunannya soekarno, soeharto atau siapa kalau misalkan apa ya kinerja yang dihasilkan nggak bagus ya buat apa gitu”
- P : “kalau temen-temennya zahra waktu bicara tentang politik itu lebih banyak mereka bercerita tentang kinerjanya atau latar belakangnya ini si calon ini ?”
- I5 : “ee ada yang bilang kinerja sama latar belakang sih”
- P : “imbang atau lebih ada yang dominan ?”
- I5 : “lebih latar belakang sih”
- P : “terus mereka banyak nggak sih yang ngikutin iklan politik gitu atau pernah ada yang liat tapi kayak aduh ini apa sih, kecenderungannya seperti apa kalau di seumuran zahra ?”
- I5 : “kalau yang saya lihat sih mereka ini kurang apa kayak kurang ngikutin ee politik-politik gitu ya. Cuma pernah sih waktu itu saya bikin poll di instagram bahas tentang dua paslon ini, terus kayak pilih yang paslon satu atau dua, mereka cukup banyak sih yang nge-vote dipoll saya”
- P : “itu hasilnya gimana tuh ? Apa ada alasan-alasan yang disebutkan ?”
- I5 : “alasan-alasannya saya nggak tanya sih, cuma poll aja gitu”
- P : “terus menurut zahra iklan politik di instagram atau di media sosial itu seberapa berpengaruh sih ?”
- I5 : “kalau menurut saya pengaruh banget ya karena kan sekarang itu orang-orang pakai sosmed semua kebanyakan, sekarang kan zaman juga udah digital gitu, malahan sekarang itu udah jarang yang lihat tv, sekarang itu seringnya lihat sosmed sama you tube. Jadi penting dan sangat berpengaruh sekali iklan kampanye ini masuk sosmed-sosmed tersebut gitu”
- P : “apa aja sih yang pernah zahra lihat nih ? Ada nggak yang mungkin dari jingle nya mereka itu ngerasa kurang tepat, ada pemilihan kata yang kurang tepat, atau seperti apa, ada nggak ?”
- I5 : “sejauh ini sih nggak ada ya ?”
- P : “jadi zahra menerima iklan itu dengan 100% ya ?”
- I5 : “iya bener”
- P : “kalau misalnya ada isu-isu tentang paslon yang muncul di *social media*, apa responnya yang zahra lakuin ?”
- I5 : “isu seperti apa misalnya ?”
- P : “misalnya bu khofifah sudah dianggap menyogok atau apa di *social media*, terus zahra responnya seperti apa ? Mau ikut marah kah ? Atau nggak setuju dengan berita itu ?”
- I5 : “kalau saya sih dalam menanggapi sebuah berita ya apalagi ini kan musimnya pilkada gitu, pasti kan banyak banget berita-berita hoaks yang tersebar di *social media*. Nah kalau aku sih sendiri sih lebih bijak sih, maksudnya harus kayak ditelusuri dulu kebenarannya, terus nggak gampang kepancing emosi. Terus kalau saya pribadi sendiri sih mau bener atau enggak saya udah istilahnya kayak udah tau sih udah kekeuh mau milih yang mana gitu”
- P : “terus ada nggak sikap zahra buat politik selain milih nanti pas pemilu ? Mungkin ada pernah nge like, komen atau membagikan postingan mereka ?”



- I5 : “kalau nge like sih saya like soalnya postingannya mereka ya bagus gitu lho mereka mengkampanyekannya”
- P : “terakhir ya, ada nggak sih keinginan zahra iklan politik di *social media* itu sebenarnya seperti apa yang baik ? Atau apa-apa aja yang nggak boleh ditampilkan di *social media* dari pasangan calon ?”
- I5 : “iklan yang baik itu ya seharusnya yang nyata gitu yang bener-bener, maksudnya yang nggak cuma sekadar pencitraan gitu, itu yang bener sih. Terus kalau yang nggak boleh, ya nggak boleh menyinggung sara, suku, ras dan agama gitu”
- P : “nggak boleh tapi kalau menampilkan simbol-simbolnya mereka boleh ya ?”
- I5 : “iya boleh”
- P : “oke terimakasih zahra atas waktunya dan ketersediaannya. Terimakasih ya”

**Informan Keenam – Bobby (I6)**

- P : “iya halo, kenalin dulu namanya siapa ?”
- I6 : “namaku bobby tanaya gunawan”
- P : “oh bobby tanaya gunawan, terus ee bobby ini kuliah dimana bob ?”
- I6 : “kuliah di ee unair, ngambil jurusan ilmu politik, fakultas ilmu sosial dan ilmu politik”
- P : “terus kegiatannya bobby apa aja sih ? Selain kuliah ini ada ikutan organisasi nggak ?”
- I6 : “ikut di anu ee bem unair”
- P : “he’e terus selain itu pengalaman bobby di organisasi lain apa?”
- I6 : “di organisasi lain mungkin dari sma atau”
- P : “boleh, boleh, boleh”
- I6 : “dari sma itu paskriba, terus di osis juga, ee kalo di luar ini hima, hima sama bem sih”
- P : “terus yang kayak kegiatan-kegiatan mungki lingkungan atau sosial politik ada nggak organisasi yang diikuti ?”
- I6 : “sosial politik, mungkin organisasi mahasiswa eksternal ada, terus sama ini sih ee apa ya komunitas gitu”
- P : “komunitas apa itu ?”
- I6 : “komunitas lingkungan hidup”
- P : “oh, terus bobby pernah ikut yang kayak politik-politik gitu nggak ? Kayak kampanye gitu ?”
- I6 : “kalau kampanye, ee pernah sih satu kali”
- P : “em apa kampanyenya siapa ?”
- I6 : “kampanyenya itu gus ipul”
- P : “oh gus ipul”
- I6 : “iya”
- P : “sampai sekarang ya ?”

- I6 : “sampai sekarang”
- P : “oke, kita masuk ke *media habitnya* bobby dulu ya”
- I6 : “heem”
- P : “kalau di instagram ada durasi ngaksesnya?”
- I6 : “kalau instagram main, tapi cuman kalo durasi nggak diitung”
- P : “itu waktunya kapan aja bobby ngakses instagram itu?”
- I6 : “ee kalo kapannya itu biasanya bangun tidur itu pasti, terus ee pas makan, terus pas lagi bosan-bosennya pas siang-siang gini, abis kuliah itu kan nganggur, lha itu ngakses instagram, terus kalo sore itu mungkin pas ee main sih, pas main sama temen-temen gitu, terus terakhir itu sebelum tidur, pasti”
- P : “berarti aktif ya bobby mengakses instagram? Itu kegiatannya di instagram ngapain aja sih bob?”
- I6 : “kalo di instagram mungkin kegiatannya, nye-*croll timeline*, terus *ngelike-ngelike i* biasanya gitu sih”
- P : “terus ada nggak akun-akun yang sering dilihat dikunjungi?”
- I6 : “ehem akun-akun ya mungkin *stalking*”
- P : “oo *stalking*, mungkin temen-temen ya yang dari ilmu politik ada nggak yang diikuti?”
- I6 : “ilmu politik, ada, biasanya oo ini, khusus jawa timur?”
- P : “jawa timur dulu boleh, nanti ke nasional”
- I6 : “nasional, kalo nasional lebih sering nasional sih daripada jwa timur kalo aku, lebih sering ngikutin ridwan kamil, terus kalo nasional tu jabar ya, jabar, bandung kalo yang lain mungkin prabowo, sering.”
- P : “yang gus ipul jatim ya, karena bobby termasuk dalam itu”
- I6 : “iyaa”
- P : “mantau nggak?”
- I6 : “kalau mantau, kebetulan sih kelemahan mereka paslon satu itu kan, kalo di tim gus ipul kekuatan tim suksesnya ada di tim kreatifnya, kalo di media itu aktif banget”
- P : “bobby termasuk dalam tim suksesnya nggak?”
- I6 : “kalau tim sukses enggak, lebih condong kesitu sih”
- P : “kalau ini mainnya instagram kan sekarang, sebelumnya bobby mainnya apa?”
- I6 : “twitter”
- P : “sebelum twitter mungkin facebook pernah?”
- I6 : “facebook pernah, tapi udah lama banget, sekarang nggak seberapa mbukak”
- P : “itu kapan mulai kenal facebook?”
- I6 : “kenal facebook itu mulai kelas lima sd”
- P : “sebelum facebook ada lagi nggak yang diikuti?”
- I6 : “gak ada, cuman facebook itu, terus twitter”
- P : “terus yang bobby tau tentang iklan kampanye itu apa sih bob?”

- I6 : “iklan kampanye itu sebatas pengetahuan saya ee, sebuah tayangan, sebuah tayangan yang mengajak kita memilih seseorang yang sedang di kampanyekan ataupun ee mengajak agar kita tertarik”
- P : “iklan kampanye yang bobby tahu apa ? Yang paling membekas?”
- I6 : “membekas?”
- P : “hee mungkin waktu kecil pernah liat, wah ini memorable banget”
- I6 : “iklan kampanye, mungkin kalo dulu iklan kampanye itu pas kecil ya, ini politik-politik juga sih, ee itunya sby yang “lanjutkan” ee untuk dua periode, 2009 kalo nggak salah sampai 2014”
- P : “yang sekarang apa yang berkesan? Yang ini keren banget ni mbak”
- I6 : “mungkin karena aku condong ke itu ya, ee ini sih mbak, 2019 ganti presiden”
- P : “apa itu?”
- I6 : “kknapa?”
- P : “iklannya yang seperti apa?”
- I6 : “oh bukan iklan, *hashtag* ya itu, mungkin kalo iklan yang “kabeh sedulur kabeh makmur”. Itu iklannya banyak, mbaknya kalo nyari di internet banyak juga. Ada yang ee kayak dilan itu, gitu-gitu banyak, aku suka sih maksudnya kreatif”
- P : “terus suka nggak sih nonton iklan politik?”
- I6 : “iklan politik, kalo suka sih jarang ya mbak, tapi sering sih makanya kebiasaan itu”
- P : “terus kalo kampanye politik nih, kan banyak tuh yang ditampilin di media sosial. Bobby suka yang mana, yang dibuat parodi kayak gitu atau yang dibuat paslon itu menunjukkan kegiatannya mereka atau lagi orasi atau ada yang lain yang bobby sukain ?”
- I6 : “kalo aku sih sering, yang sering itu kan kegiatan-kegiatan mereka, yang pertama itu. Terus yang kedua itu, yang iklannya dalam bentuk foto jarang dalam bentuk video. Foto itu dalam bentuk dia ngomong apa, atau tulisannya gitu lo dia menyatakan pendapat apa terus ditulis gitu. Aku lebih suka yang mungkin kegiatan mereka apa. Misal kalo ridwan kamil itu suka semua sih, maksud e yang emang aku e suka ke dia.”
- P : “yang mempengaruhi sutopo nya dulu ?”
- I6 : “iya sutopo dulu, integritasnya mereka, itu pengaruh sekali buat aku”
- P : “terus kita masuk ke yang agak berat nih bob, bobby mulai suka sama politik itu sejak kapan? Kan bobby kuliahnya politik nih ya”
- I6 : “kalo aku suka politik ya mbak ya, itu belum tataran nasional ke politik yang agak abstrak itu di sekolah dulu kelas dua, kelas dua sma. Jadi gini ceritanya, dulu itu kan berawal dari organisasi, organisasi itu kan dinamikanya ada, prosesya. Di situ kan juga ada sebenarnya gak boleh sih politik-politik di ranah sekolah dasar maupun sekolah menengah itu nggak boleh. Tapi dulu aku di samping berorganisasi juga sering nonton-nonton kayak ya berita-berita politik. Jadi aku tau kegiatan tokoh-tokoh politik. Dulu itu mungkin siapa ya ee, aku dulu lebih condong ke ini sih demokrat, partai demokratnya pak sby, 2014 itu kan aku masih sma. Lha banyak kasus korupsi gitu aku suka ngikutin sih. Terus di sekolah itu ya barangkali ada masalah apa trus diselesaikan dengan cara politik. Aku juga mempelajari baca-baca buku tentang politik, mulai dari dasar-dasar ilmu politik, tapi juga nggak nutut sih dulu pas sma kelas dua. Tapi pas sma kelas tiga itu dalam prakteknya mungkin berawal dari situ. Terus akhirnya masuk jurusan politik itu karena ya tertarik itu, karena organisasi-organisasi yang memang kayaknya asyik kalo dibawa ke ranah nasional”
- P : “itu kan mulai sadarnya sma ya, yang pertama kali mengenalkan politik ke kamu itu siapa ?”

- I6 : “mengenalkan politik?”
- P : “mungkin waktu kecil diajari, dikasih tau, atau bobby cari sendiri?”
- I6 : “ee kalo politik itu, sek-sek mbak bentar ya. Soale aku pelupa mbak”
- P : “iyaa”
- I6 : “siapa yo, tak inget-inget aku soale pelupa mbak, maaf yo. Ehmm mungkin yang mengenalkan aku politik waktu dulu itu almarhum kakek. Jadi, dulu itu sering waktu nongkrong di luar rumah itu sama tetangga bicarain tentang ya kebijakan-kebijakannya pemerintah kayak gitu. Tapi aku nggak seberapa tertarik sih masih maksudnya cuman dengerin aja. Kalo bener-bener tertariknya ya pas sma itu walaupun dalam ranah bukan di luar.”
- P : “berarti pertama di kenalin sama kakek lewat cerita-cerita gitu, diskusi-diskusi gitu? Terus kalo bentuk partisipasi politiknya bobby sekarang ini apa? Selain jadi relawannya”
- I6 : “partisipasi politik di bem unair. Jadi kalo di bem unair kan kebetulan aku di kementerian sosial dan politik, lha itu aku tugasnya kan memang ini sih, membuka peran mahasiswa untuk mengawal kebijakan-kebijakan, proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan pemerintah pusat, daerah maupun di kampus itu seperti apa, mungkin partisipasiku lewat situ, lewat pernyataan sikap mungkin, kayak ikut aksi atau apa itu”
- P : “udah pernah belum melakukan aksi atau tindakan nyata?”
- I6 : “kalo tindakan nyata pernah sih mbak, beberapa kali ikut mungkin yang kemaren sih mbak, mungkin aku kalo aksi itu baru beberapa tahun ini soalnya dulu pas pertama masuk sma itu, ee pertama masuk kuliah itu masih jarang, terus dikusi juga masih jarang.tapi semenjak aku kenal diskusi terus asyik, ya itu.”
- P : “terus yang ngajak bobby buat ikut diskusi itu siapa pertama kali ?”
- I6 : “diskusi, ee siapa ya, kalo yang ngajak diskusi kakak tingkat anak komunikasi juga, luky, ya luky, kan satu organisasi juga jadi diajak diskusi.”
- P : “nah itu sering nggak melakukan diskusi-diskusi ?”
- I6 : “kenapa ?”
- P : “sering nggak melakukan diskusi-diskusi ?”
- I6 : “kalo sekarang sering soalnya ada wadah kan”
- P : “apa, wadahnya apa?”
- I6 : “ya di bem itu, maksudnya bukan aku yang diberikan wadah sih, melainkan aku yang memberikan wadah kepada mahasiswa, aku juga berpartisipasi di sana, lewat sana aku juga belajar gitu.”
- P : “itu ada durasi tertentu nggak ? Misal tiap berapa minggu”
- I6 : “kalo ini dari program kerja itu satu bulan sekali”
- P : “satu bulan sekali ya”
- I6 : “satu bulan sekali atau momentual, maksudnya kalau ada momen-momen apa, isu-isu apa yang harus dikaji juga dilakukan”
- P : “kalo selain program kerja dari bem sendiri, ada nggak diskusi-diskusi lain?”
- I6 : “lha itu, kalau diskusi-diskusi itu biasanya dari hima aku juga ngadain sih. Terus kalau ada diskusi lain ya mungkin seperti ada undangan dari luar atau apa, mungkin dari unesa kemarin ada undangan, terus ee dari bara fisip juga pernah ikut dulu”

- P : “terus berarti teman bobby itu mempengaruhi poitiknya bobby ya?”
- I6 : “enggak”
- P : “enggak juga?”
- I6 : “enggak sama sekali, soalnya aku lebih tertarik ke ini sih, integritas tokoh”
- P : “terus tadi kan kalo misalnya yang politik udah nih, terus yang kamu tau tentang iklan politik yang di social media itu apa, sama atau ?”
- I6 : “oiya ma maaf tak potong bentar ya, tadi aku lupa nambahin”
- P : “ohh iya”
- I6 : “aku ngerti politik itu dari berita-berita tv”
- P : “media juga ya berarti?”
- I6 : “iya justru dari situ sih yang membuat aku itu tertarik juga dari situ”
- P : “kalo misal diurutin, pertama kali itu kakek, terus televisi”
- I6 : “iya terus televisi soalnya aku dulu suka nonton televisi sih pas smp itu terus sering baca tv one sejak kehadiran tv one ini mungkin aku sering baca-baca berita politik”
- P : “terus yang bob yang bobby tau tentang iklan politik di *social media* itu apa ?”
- I6 : “iklan politik di social media, kan gini pertamanya media sosial itu sebuah wadah yang digunakan orang untuk berkomunikasi satu sama lain. Disitu mungkin kampanye, ya tadi itu kan sebuah tayangan yang muncul di wadah tersebut. Jadi ee apa ya peluang untuk orang banyak tau itu tinggi. Jadi peluangnya sangat tinggi”
- P : “jadi bedanya cuma di apa medianya aja ya, cuma geser medianya dari tv ke ini?”
- I6 : “ee sebenarnya gini sih, media sosial itu kan banyak digunakan generasi millennial itu anak muda. Jadi itu tergantung sasrannya. Kalau tv kan sekarang sekarang jarang to anak muda nonton tv gitu. Jadi kalo misal kampanye itu ee lewat media sosial maupun tv saya kira itu sudah cukup sih, apalagi di jalan-jalan itu semakin cukup sih. Soalnya itu masalah iniaja sih, pengguna. Jadi itu masalah sasrannya mereka itu apa. Kan kampanye itu soal sasaran”
- P : “betul. Terus seberapa penting sih menurut bobby kampanye di *social media* ?”
- I6 : “seberapa penting, kalau menurutku penting banget mbak. Soalnya kan sekarang kemajuan teknologi informasi komunikasi itu gimana yo, pesat. Jadi setiap orang sekarang itu, hampir, hampir setiap orang itu menggunakan *handphone*, dan *handphone* tersebut itu pasti ada aplikasi media sosialnya. Dari media sosial tersebut itu orang melihat berbagai berita dari situ. Kalau kampanye di medsos itu mungkin orang bisa tertarik . Kalau yang nggak tertarik ya kayak aku, dulu nggak tertarik kebiasaan dan akhirnya, *yowes*. Jdi tau, informasi dari situ itu apa aja. Terus cara mengetahui, mungkin kalau di politik kan ee tokoh, tokoh itu.. Mengenal, mengenal tokoh sih, mereka itu baiknya apa saja, dari situ nanti, dari media sosial tersebut rang bisa tau. O ternyata orang ini begini, ternyata calon ini, calon ini. Terus nanti dilanjutkan lewat mungkin google, nanti nyarinya o ini *track recordnya* ini ini ini.”
- P : “terus menurut bobby apa sih yang dimaksud simbol agama ?”
- I6 : “apa?”
- P : “apa itu simbol agama?”
- I6 : “simbol agama, kalau di disiplin ilmu saya ya mbak, ilmu politik. Jadi agama, sebuah identitas sih sebenarnya. Jadi ee gimana yo, sulit sih menjelaskannya. *Cuman yo*, ini agama dalam ranah apa maksude ?”

- P : “simbol agama gitu lho, simbol secara umum kayak di kampanye”
- I6 : “oo di kampanye, soal identitas sih mbak. Jadi namanya politik identitas ya, dimana sebuah massa itu sebuah satu kesatuan yang memiliki ee identitas, identitas iku opo yo. Ee opo yo mbak yo, ee yowes ngono lah. Ee sek sek sek, mbak nya tau populisme nggak ?”
- P : “populisme ?”
- I6 : “oo nggak tau, ee pokoknya sebuah dinamik. Populisme itu muncul ketika ada dinamika politik yang memunculkan sebuah populisme. Populisme iku opo yo, solidaritas, kesatuan, yowes pokoke angel. Aku cuma baca dan udah agak lupa. Pokoknya agama itu kalau sekarang ya, di era sekarang itu identitas dijadikan sebuah komoditaslah yang bernilai, bisa diperjual belikan. Maksudnya dengan agama itu seseorang bisa terpengaruh tanpa melihat, hampir tanpa melihat kualitas seorang pemimpin. Jadi bisa dijadikan sebuah komoditas. Misalnya gini, sebuah partai, sebuah partai ini mengusung tokoh a. Identitasnya tokoh a kan nanti dilihat. Nah dari situ, seumpamanya ya kalau disini itu partai pkb, partai pkb kan basis masanya banyak, terus ee dari kalangan santri kan, jawa timur kan santri. Tapi anehnya yang sekarang kan masalahnya pasangan calon nomor satu dan dua itu kan sama-sama dari kalangan santrinya, itu yang susah. Ketika misal yang satu ini bukan dari kalangan santri, pasti yang menang kalangan santri. Nah disitu tanpa memperhatikan kualitas itu pasti berpengaruhlah yang namanya agama sebagai sebuah simbol di politik”
- P : “berarti simbol agama itu penting banget ya di politik ?”
- I6 : “penting, aku sedikit jelaskan lagi ini, agak ingat. Dari era orde lama dulu kan ada yang namanya politik aliran, aliran agama. Masyumi sama apa ya ee masyumi sama nu. Terus di jaman orde baru, politik aliran itu nggak ada, kan semua partai politik itu harus berlandaskan pancasila, gitu kalo nggak salah ya, kalau salah dibenarkan.”
- P : “iyaa”
- I6 : “terus habis era orde baru, era reformasi kan, semakin kesini era nya semakin ee demokrasi semakin muncul gitu. Jadi ee politik aliran itu muncul lagi. Tapi sangat berbeda dengan era orde lama, politik aliran ini semakin banyak. Terus itu kan memunculkan populisme islam di indonesia. Ini seperti ee politik-politik aliran dari ke kiri sampai ke kanan itu ada semua ada semua beda kayak dulu kan cuma masyumi dengan nu. Terus disamping itu, partai politik itu juga banyak berdasarkan aliran-aliran agama. Nah di situlah agama sebagai simbol politik muncul, banyak mungkin seperti pada saat setelah reformasi. Jadi kayak ee sekarang ada semua, mulai dari muhammadiyah itu pan, terus nu itu ada di pkb, terus p3 ini jugakan induknya pkb dulu jadi ada nu ada muhammadiyah juga. Terus ee ada sekarang ppb, ppb yusril ihza mahendra sama itu kan kelanjutannya masyumi. Sekarang kan semakin banyak gitu lho, nggak bisa kita berbicara ee basis massa nu, basis masa muhammadiyah, nggak bisa sekarang karena juga juga ada pks yang ngalir ke kanan. Itu gimana yo jadi sekarang agama itu bener-bener sebagai simbol kekuasaan”
- P : “terus ini bob, kayak agama apa sih contohnya gitu ? Tadi kan dijelasin ya, yang ditampilkan itu apaanya ?”
- I6 : “yang ditampilkan?”
- P : “politik jatimnya sekarang”
- I6 : “politik jatimnya, kalau simbol-simbol agama mungkin yang sependek sepengetahuanku ya mbak itu apa ya, karena gus ipul sendiri itu termasuk. Oh simbol agama ya, mungkin ini sih, asal, asalnya dia. Jadi dia itu sebagai apa, contoh ee khofifah itu dia kan ketua muslimat nu jatim, nah di situ dia mengkampanyekan dia sebagai itu untuk menarik massanya. Kalau gus ipul mungkin cicitnya pendiri nu kan kalau nggak salah, ya itu kampanyenya juga dari situ.
- P : “jadi simbol agama yang bobby lihat itu dari latar belakangnya dia?”
- I6 : “iya. Tapi kalau di jatim ini jarang. Kalau di mungkin di daerah timur aku pernah ee apa yo menganalisis juga, tuan guru bajang, itu gubernurnya ntb itu berpengaruh. Waktu itu malah ini sih, jadi kualitas

disandingkan dengan agama. Jadi dia kan lulusan s3 nya ini universitas al azhar ya kalau nggak salah, bener-bener dia cerdas apalagi dia islamnya kenthel apalagi ntb kan 98% itu islam”

P : “terus kalau menurut bobby, memilih orang itu berdasarkan yang mana ? Lebih ke latar belakang atau ke prestasinya dia ?”

I6 : “kalau aku objektif mbak. Jadi gini, ketika latar belakang itu menjadi sebuah penunjang, maksudnya gimana ya ee penunjang gini, misal yo keturunannya. Puti soekarno misal, sebenarnya itu sih akau agak nggak *sreg*. Misalnya ya keturunannya soekarno, dia membawa ideologi-ideologi yang dibawa sama bapaknya, lha itu yang membuat di progresif itu suka. Tapi kalau ketika latar belakang itu sebagai ee menark suara aja aku nggak seberapa suka. Terus yang kedua prestasi, prestasi itu kalau menurutku penting, maksudnya membawa jawa timur ke mana, terus apa kayak bu risma mungkin ya misalnya salah satu yang saya suka sih walaupun banyak kekurangannya juga. Tapi aku suka dia itu karena integritasnya, dia nggak mau maju jatim, terus dia omongannya itu nggak pagi ngomong dele sore ngomong tempe, nggak mencla mencle gitu aku suka”

P : “terus tadi kan bobby lebih ke gus ipul ya, terus seberapa sering sih bobby ngikutin aktivitas gus ipul di instagram ?”

I6 : “kalau seberapa sering mungkin nggak setiap hari mbak ya, cuman kalau ada *event-event* apa gitu aku ngikuti, terus kalau buka di explore kan banyak, temen-temenku kan juga banyak yang, terus di *explore* itu kan misal kalau temenku ngelike ini kan muncul. Jadi nggak, nggak jarang gitu lho muncul gus ipul”

P : “berarti partisipasi temen-temennya bobby juga banyak yang ke itu ?”

I6 : “ya lumayan lah mbak”

P : “terus kenapa sih bobby lebih milih ke gus ipul dari lawannya ?”

I6 : “ee gini mbak, ee aku itu lagi sih, ke integritas lagi. Aku karena nggak suka sih sama emil dardak, misalnya dia gimana yo di lain sisi praktamis juga dia prestasinya bagus, cuman gimana yo, ambisius, aku nggak suka. Terus yang kedua juga khofifah juga ambisius. Terus kalau gus ipul itu sama mbak puti ya. Mungkin aku dulu tertarik ke gus ipul itu pas pasangan sama azwar anas, itu aku suka. Tapi ya karena pasangan sama mbak puti ya mungkin ya tak dukung, cuman aku suka gus ipulnya kan soalnya orangnya merakyat jadi aku suka. Pak dhe karwo juga aku suka, jadi emang aku suka dari sikapnya dia, sikap politiknya dia, terus sama mungkin prestasinya membawa jatim. Walaupun pembangunannya belum merata sih”

P : “terus yang ngenalin kamu sama akun-akunnya gus ipul itu siapa sih pertama kali ? Buat kayak kamu kan partisipannya kan jadi siapa yang ngajak ke gus ipul pertama kali?”

I6 : “ooh dulu sih aku sama kakak tingkatku ya di politik, itu kan emang ee diajak gitu lho. Bukan diajak sih, aku ngomong-ngomong sama dia, diskusi ke satu apa dua. Kita memang sejalan, se visi, kita ke satu apa dua, itu ketika aku milih ini pasti dia ngikut, ketika dia milih ini aku pasti ngikut. Jadi gitu mbak, diskusinya kayak gitu. Terus aku akhirnya dua aja lah, azwar anas bagus sama gus ipul juga. Ini juga pertahana dengan dia berpengalaman selama sepuluh tahun itu mengerti gitu lho permasalahannya yang di jatim itu apa aja, terus sama ee tinggal neruskan, dari situ. Terus aku akhirnya memutuskan buat nomor dua, *yowes* jadi.”

P : “terus gimana sih pakaian yang ditampilkan sama gus ipul ? Apakah menjuru ke agama tertentu?”

I6 : “kalau pakaian mungkin, iya mbak. Soalnya kan biasanya pakai busana muslim, pakai kopyah, itu ditafsirkan bahwasanya gus ipul ini dari kalangan agama tertentu. Pasti sih, kopyah itu kan pasti. Istilahnya gini lho mbak, kita buka-bukaan aja, indonesia itu kalau mau nyalon kemana gitu, basis pemilihnya itu. Kalo di ntb kan pakai simbol-simbol tertentu itu biar menang. Jangankan di daerah-daerah, di nasional aja juga pasti lah”

P : “terus apa namanya, cara penyampaiannya gus ipul itu apa sudah bisa menjelaskan apa visi misinya dia menurutmu ?”

- I6 : “kalau penyampaian itu mungkin beberapa kali tak, kedua-duanya itu belum mbak sebenarnya, belum ee *yaopo yo*, belum pas gitu lho kampanyenya, gimana-gimananya belum pas. Jadi pas nyampain itu beberapa kali sudah jelas, tapi *yaopo yo*, kurang greget. Kalau yang khofifah ini yo lemah di media sosialnya, tapi akar rumputnya di pemudanya itu sampai ke karang taruna. Tapi kalau gus ipul ini yo justru kebalikannya, di media sosial dia *oke* tapi di gerakan akar rumputnya kayak pemuda-pemudanya juga itu kan kurang, cuman kurang militan gitu lho”
- P : “terus bahasa yang digunakan sama kedua paslon ini berarti kan tetap ngikutin itu sudah sesuaikah atau bisa diterima oleh bobby ?”
- I6 : “diterima, bisa diterima ya mbak maksud e bahasa-bahasa kayak gitu kan juga bahasa umum cuman kalau ee *yowes* gak wes, gak wes”
- P : “lho ayo nggak apa-apa”
- I6 : “gak gak gak”
- P : “*lho ayo ta*, ayo nggak apa-apa, dijelasin aja”
- I6 : “ee kalau bahasanya emil dardak yo agak tinggi. Mungkin masyarakat awam belum tahu”
- P : “contohnya ?”
- I6 : “di debat itu”
- P : “kalimat yang mana atau kutipan kata yang mana ?”
- I6 : “nggak inget aku mbak, pokoknya dilihat aja nanti. Kan itu bahasa-bahasa tingkat tinggi, bahasa-bahasa anak kuliah juga . Kalau aku sih tahu, tapi belum tentu kan.”
- P : “kalau yang satunya ?”
- I6 : “satunya mungkin bisa, cuman ee *yaopo yo*, kemarin itu *miss*, ada miss waktu debat pertama. Mungkin mbak puti nya terlalu diserang sama itu *yo*, sikap e bener sih maksude nggak keslut juga, nggak keslut tapi juga *yaopo yo*”
- P : “datanya kurang ya ?”
- I6 : “kurang datanya”
- P : “terus berarti bobby mengakui bahwa di pilgub jatim ini menjurus pada satu agama tertentu, yaitu islam ?”
- I6 : “pasti”
- P : “terus berarti taunya dari mana? Selain pakaian, latar belakang, ada lagi nggak ?”
- I6 : “pakaian, latar belakang, emm apa ya, itu basis massa partai”
- P : “terus apa namanya, untuk agama lain simbol-simbol agama yang ditampilkan ada nggak yang bobby tahu ?”
- I6 : “nggak tau”
- P : “nggak tau, terus apakah bobby sudah merasa sebagai muslim sudah merasa terwakilkan dengan simbol-simbol yang ditampilkan sama kedua paslon ?”
- I6 : “sebagai muslim”
- P : “oia, simbol muslim yang ditampilkan itu seperti itu”
- I6 : “yaa kalau terwakilkan sih sebenarnya enggak mbak, sebagian aja”



- P : “yang bisa membuat bobby merasa terwakilkan itu yang seperti apa”
- I6 : “sebagai muslim”
- P : “simbol apa sih yang harusnya ditampilkan oleh muslim itu ?”
- I6 : “*yaopo yo mbak yo*”
- P : “kan belum tadi, yang mewakilkan bobby itu seperti apa?”
- I6 : “mewakilkan, kembali sih mbak, maksude emm *yaopo yo. Sek sek sek* bentar. *Yaopo yo, yo sebenere* merasa terwakilkan cuman nggak sepenuhnya gitu lho mbak. Ya kalau terwakilkan sudah, lagian juga penganut muslim yang taat to keduanya. Ya cuman kalau kayak ee aku bener-bener pengen yang kayak tgb jadi orangnya *opo yo*, ya kan surabaya mayoritas islam juga, yo aku pengen dari situ. Selain surabaya ini juga, selain surabaya ini juga *yaopo yo* keimanannya meningkat ta gimana, misalnya tgb di .aku kalau pemimpin islam yang paling tak anu itu tgb kayak zainal madji. Di ntb itu dia bisa gimana *yo*, menarik umat, terutama di masjid-masjid itu dia keliling terus, kan agenda politik tapi seperti apa *yo*, ya seperti ahok lah kayak orang kawinan gitu dia muncul, terus gitu kan masyarakat jadi suka, terutama yang islam. Kenalan jadi meningkat untuk ya meniru lah, menauladani seorang pemimpin.”
- P : “apa bobby sendiri pernah ada ketidaksesuaian ? Maksudnya kayak ee ini tu harusnya nggak usah dimasukkan ?”
- I6 : “he ?”
- P : “ada nggak simbol-simbol yang seharusnya nggak dimasukkan dalam iklan politik, dalam iklan kampanye politik ?”
- I6 : “kalau di jatim enggak sih mbak kalau simbol agama itu nggak terlalu itu, nggak terlalu apa dibawa-bawa”
- P : “terus yang kayak pilgub dki, itu kan simbol agama juga dipermainkan, itu bobby kemaren gimana ngeliatnya ?”
- I6 : “parah kalau itu sih, sebentar mbak. Gimana ?”
- P : “yang dki ?”
- I6 : “itu kalau parah sih mbak, maksudnya kampanyenya media sosialnya terlalu *opo yo* rasis kalau menurutku, maksudnya ya kalau kualitas, aku kan obyektif kan, ahok lah. Cuman kan dari situ namanya kesalahan orang, dari salahnya itu yang ngucap dijadikan *opo yo* bahan kampanye yang sampai di kampung-kampung kan. Jadi di media sosial mereka di kalangan sampai ke rt-rt gitu, sampai di gang. Wes parah sih itu, maksudnya gimana yo haduuh miris kalau menurutku. Masak ya jakarta yang masyarakatnya itu rasional daripada surabaya sebenarnya, tapi kok bisa yo kena kayak gitu, kan ya ngak masuk akal juga. Itu berarti kan keras sekali kampanyenya yang dibawakan.”
- P : “ada nggak simbol agama islam yang menurut bobby nggak boleh ditampilkan dalam iklan politik ?”
- I6 : “mungkin kalau boleh mungkin semuanya sah-sah saja, cuman yang etis lah. Jadi ya jangan nyinggung agama lain ta apa. Apalagi kalau nggak etis itu ketika ustad yang ceramah itu membawa politik, nggak anu lah nggak etis. Apalagi gimana yo ee ada omongan juga kyai sekarang itu kenapa doanya nggak manjur-manjur? Karena sebagian banyak yang ada kepentingan politik. Jadi nggak kayak yang dulu.”
- P : “kalau dari temen-temen bobby sendiri nih, aku pengen balik ke diskusi ya. Apa aja sih yang biasanya dibahas sama temen-temennya bobby kalau mbahas politik ?”
- I6 : “kalau mbahas politik”
- P : “apa aja sih yang dibahas ? Dan sikapnya mereka seperti apa ?”
- I6 : “sikapnya yang seperti apa mbak ?”

- P : “sikap yang cenderung mengkritisi suatu kasus itu kalian pada tokohnya atau kasusnya ?”
- I6 : “lebih ke ini sih mbak, kasus biasanya.”
- P : “verifikasi nggak ? Misalnya ada berita kan, kalian diskusi itu seperti apa ? Maksudnya ada yang satu bawa berita nge share ke grup kalian, terus dibahas atau ya ngomong aja langsung ? Kebanyakan online atau *offline* ?”
- I6 : “*offline* kalau diskusi, biasanya ketemu gini nongkrong gitu, mbahas. Oo masalah ini gini. Yang dicari yo mesti akar permasalahannya dari mana terus dari siapa ? Gitu”
- P : “ada sumber buat ngecek berita itu ?”
- I6 : “kalau sumber sih, pasti ada sumbernya. Berita biasanya”
- P : “kamu punya patokan media tertentu nggak buat mengverifikasi, berita bener apa enggak ?”
- I6 : “kalau berita mungkin dari hp ya mbak. Aku download sih sini kalau patokanku, supaya literasiku ini nggak melenceng. Jadi media yang, sekarang kan media yang ada pro pemerintah oposisi. Aku download detik ya, republika, cnn, sama kompas. Itu udah cukup. Sama tempo udah.”
- P : “mungkin media-media yang netral ya ?”
- I6 : “nggak ada yang netral”
- P : “iya nggak ada tapi hampir netral gitu ?”
- I6 : “nggak, aku nggak nyari yang itu. Pokoknya aku kalau buka detik, aku juga buka republika. Kalau aku buka cnn, aku juga harus buka tempo sama kompas”
- P : “biar seimbang gitu ya ?”
- I6 : “imbang, misalnya kalau ada yang salah kan disitu tahu ini arahnya ke mana gitu”
- P : “yaudah itu aja bobby makasih ya bobby, kalau ada lagi mungkin kita bahas lain waktu”

**Informan Ketujuh – Daniel (I7)**

- P : “kita kenalan dulu deh, namanya siapa?”
- I7 : “namaku daniel krisdianto yuwono.”
- P : “kegiatannya sehari-hari apa?”
- I7 : “ee... Kegiatanku sih kerja, aku kerja di percetakan.”
- P : “aku pengen tanya dulu media-habit danielnya dulu ya?”
- I7 : “he-eh.”
- P : “daniel ini ngakses instagram berapa kali?”
- I7 : “kalo ditanya berapa kali, nggak terhitung sih, haha. Soale yo, bangun pagi iya, terus pas kerjaan sepi gitu pasti main instagram, instagram kalo nggak youtube. Kalo paling itu justru mau tidur. Iku tak loss no sampe sahur”
- P : “waduh, aktif ya pengguna internet. Terus dulu sebelum main instagram, daniel main apa?”
- I7 : “ee... Dulu ya, dulu iku lebih sering ke facebook sih, soalnya kan banyak temenku juga akses facebook dulu. Dulu, waktu smp. Waktu sma udah, setelah iku kaya mulai ilang gitu. Akhirnya pake instagram. Tapi aku baru punya instagram itu setahun ini.”

- P : “main facebook pertama kali kelas berapa, kira-kira?”
- I7 : “ee.. Se se, pertama itu smp kelas 2.”
- P : “itu di facebook-nya kira-kira ngapain aja dulu?”
- I7 : “kalo dulu sih, *spam status*. Hehe.”
- P : “oh gitu tuker-tukeran *wall*?”
- I7 : “bukan, nggak sampe. Aku cuman *spam-spam status* gitu, jadi kalo mau *scroll* facebook-ku iku isinya banyak *status*. Dulu, terus sma udah jarang aktif sih, terus mau lulus iku kembali aktif lagi, soale kan temen-temen sd ku itu mau ngajak bukber juga. Jadinya, ngomongnya ke facebook. Tapi sekarang udah jarang buka facebook.”
- P : “terus kalo instagram sendiri daniel kegiatannya ngapain aja di instagram? Sukanya ngapain?”
- I7 : “aku sih buka *feed history*, kebanyakan. Soalnya kan di *history* kan ada statusnya temen-temen gitu atau minimal dikomentari, jadinya kan aku ngeliatnya ke situ.”
- P : “yang daniel tahu tentang iklan kampanye politik itu apa?”
- I7 : “ee... Media promosi sih. Tapi itu lebih ke arah media populer, kaya instagram gitu. Kan kalo aku liat sih bukan cuma kampanye aja sih menurutku. Itu ada juga iklan baju, haha. Iklan bajuku sering mampir di instagram. Selain baju juga menurutku *endorse*, jadi banyak nggak hanya bicara kampanye juga sih kalo bicara iklan.”
- P : “kalo kampanye politik itu apa menurut daniel?”
- I7 : “kampanye politik, ee... Dangkal banget ya pikiranku”
- P : “iya gakpapa gakpapa..”
- I7 : “aku sih ke arah promosiin pasangan calon gitu. Tapi kan, kampanye politik itu ya gaya bicara paslon sih, juga bicara partai politik juga.”
- P : “terus ada nggak iklan kampanye politik yang bener-bener *memorable* buat daniel? Mungkin gak harus yang sekarang-sekarang ini, mungkin yang dulu dari kecil juga boleh, diceritain dong gimana?”
- I7 : “kalo aku sendiri, itu ke jakarta sih. Itu waktu milih gubernurnya jakarta. Itu sampe di gereja, kan saya di gereja bethany, nah waktu itu temen-temen gerejaku itu banyak ngomongin soal ahok, jadi ngomong... Ya sebenarnya sih nggak ada yang salah dengan ahok. Yang agak-agak paling sering dibicarakan itu integritas dari ahok itu sendiri. Itu banyak diceritain di komunitas gerajaku. Temen-temen gerejaku juga banyak ceritain, jadi bisa dikatakan itu cukup *memorable* sih kalo menurutku sendiri, tapi kalo di surabaya sih kayanya aku jarang sih denger-denger.”
- P : “terus kalo di sosial media ada namanya kampanye paslon ya, itu kamu ngikutin siapa? Ada nggak yang kamu ikutin di antara dua pasangan calon gubernur?”
- I7 : “sek ini, jatim? Ee... Ini secara umum ya, kalo secara umum lebih condong ke paslon nomor 2. Soalnya iku dia, yang pertama punya tim kreatif juga disana. Tim kreatifnya juga menangkap sasaran mereka di media sosial, jadinya mereka larinya kesana. Itu secara umum, kalo secara pribadi aku juga ke pasangan nomor 2, karena dia itu punya gus ipul, dia punya integritasnya. Dia sudah jadi wakil gubernur selama 10 tahun, sudah menunjukkan istilahnya hasil-hasil pembangunannya sama pakde karwo, itu kan udah keliatan dan disitulah integritasnya.”
- P : “kamu buka nggak sih ig-nya paslon nomor 2 itu?”
- I7 : “ee... Kalo ditanya buka sih, agak sih. Agak jarang juga. Soalnya aku tuh kebanyakan ke *endorse* baju, serius. *Endorse* baju yang banyak di instagram iku. Jadi jarang sih.”

- P : “yang bikin kamu suka dari ngikutin pasangan calon itu kontennya seperti apa? Mungkin liat kegiatan mereka atau apa?”
- I7 : “kalo aku kegiatannya sih.”
- P : “kenapa? Kenapa kok kegiatannya menarik buat kamu liat?”
- 17 : “soalnya kan dia hanya menunjukkan bahwa kegiatannya tuh untuk masyarakat, jadi tidak berfokus ke dirinya apalagi ke pasangannya. Dia lebih menunjukkan ke masyarakatnya, kalo pandanganku ya seperti itu.”
- P : “sejak kapan sih daniel kenal sama politik?”
- 17 : “ee... Kalo ditanya politik sih, sma kayake. Kebanyakan kan sma juga waktunya aku milih pertama kali, jadinya aku disuruh mamaku untuk pengen tau gitu, waktu itu kan pertama kali itu wali kota. Itu kan aku disuruh mamaku untuk ingin tau, ini pasangannya siapa, terus... Agak lupa sih waktu itu. Jadi emang disuruh gali lebih tau, lebih dalam gitu. Itu sih.”
- P : “siapa yang pertama kali ngenalin politik ke kamu? Mungkin mama atau papa atau ada yang lain?”
- I7 : “ee... Dari keluarga yo. Kalo dari keluarga sih bapak, soale bapakku ini orangnya tuh kaya politis gitu.”
- P : “gimana? Politisnya dia seperti apa?”
- I7 : “misale kalo di rumah iki ku agak unik, jadi di rumahku tuh kalo papahku suka salahsatu pasangan calon, dia pasti ngibarin poster.”
- P : “ngibarin poster di keluarga?”
- I7 : “bukan, di tiang-tiang. Tiang listrik malah.”
- P : “jadi papahmu itu termasuk partisipan salahsatu calon?”
- I7 : “kalo disebut partisipan sih kayanya nggak. Soale papahku itu sebenarnya tidak terjun ke politik. Tapi kalo ditanya papahku suka salahsatu pasangan calon, kayanya iya.”
- P : “terus kan papahnya itu aktif berpartisipasi dengan nempel-nempel poster itu. Kalo daniel sendiri udah berpartisipasi kaya gimana?”
- I7 : “kalo aku sih, nggak. Nggak ada sih.haha”
- P : “mungkin lewat pemilu aja?”
- I7 : “ya mungkin milih sih, jadi pemilih aja. Soale akupun juga bukan orang yang terlalu suka politik”
- P : “yang daniel tau tentang iklan kampanye politik di media sosial itu apa?”
- I7 : “iklan kampanye, ini sih... Kaya media promosi tapi dia mainnya ke media sosial.”
- P : “pindah media aja gitu ya?”
- I7 : “menurutku pindah.”
- P : “yang membuat kamu tertarik buat ngikutin iklna kampanye politik di media sosial itu apa?”
- I7 : “ee... Tertarikku sih, visi-misi atau kegiatannya di masyarakat. Antara dua itu.”
- P : “daniel kan ngikutin paslon 2, itu taunya akun paslon 2 itu dari mana?”
- I7 : “tau akunnya dari *feed* sih, dari *feed* instagram itu dia muncul kan, kan sering juga muncul di *feed*, terus kok bagus. Yaudah saya ikutin.”
- P : “sering nggak daniel itu mengakses akun itu sama temen atau lebih sering sendiri?”

- I7 : “kalo aku sih lebih banyak sendiri sih.”
- P : “tapi pernah ngeshare sama temen?”
- I7 : “kalo ngeshare sih kayaknya nggak, nggak juga.”
- P : “daniel sendiri sering nggak sih ikut diskusi-diskusi tentang politik-politik gitu, atau pernah ikut kampanye mereka sekarang?”
- I7 : “kalo aku sih jarang ikut kaya gitu, soalnya kan aku lebih ngikut ke komunitas gereja sih. Dan komunitas gerejaku itu lebih bersikap netral. Jadi gamau ngikut politik gitu sih.”
- P : “tapi pernah nggak, di gereja daniel sendiri atau lingkungan keagamaan gitu yang membahas tentang politik? Diajarkan nggak dakwahnya tokohnya, disampaikan bagaimana kita harus menyikapi politik.”
- I7 : “kalo di gereja aku, aku sebenarnya jarang mbak, jarang sekali. Soale yang pertama, dee iku bersifat netral, jadi kalo mau ditanya politik, die iku... Jangan lah. Jangan dibahas, terus selain netral juga dari pembicaraannya pun sendiri juga udah netral, udah gamau. Jadi, bener-bener jarang dapet politik di gereja.”
- P : “terus yang daniel tau tentang simbol agama itu apa?”
- I7 : “kalo simbol agama, iku identitas sih... Identitas agama yang mereka anut. Contohnya aku, kalo aku kan punya simbol salib. Itu sebenarnya identitas, identitas aja sih.”
- P : “simbol agama yang daniel tau apa aja sih, selain salib? Mungkin gak harus dari agama daniel, mungkin dari agama lain.”
- I7 : “ee... Selain salib, mungkin ada juga kopian, apa lagi ya... Hindu iku yang aku kenali iku antara udeng atau pakaian serba putih mereka.”
- P : “terus nih, kalo dari iklan kampanyenya gus ipul nih, ada nggak simbol-simbol agama yang keliatan?”
- I7 : “kopian sama jilbab.”
- P : “terus kalo dari agama-agama lain ada nggak yang ditampilkan?”
- I7 : “ee... Nggak sih, terutama dari agamaku itu nggak ada.”
- P : “nggak ada ya...?”
- I7 : “he-eh, nggak ada sih.”
- P : “mungkin dari sikap politiknya atau yang ditampilkanya dari si paslon itu ada nggak, ini mengarah ke kristennya?”
- I7 : “kalo ditanya mengarah ke kristen, jawabanku nggak. Soalnya dia cenderung ke arah islam sih, menurutku.”
- P : “yakin maksudnya ini tuh lebih mengarah ke islam berarti ini ya yang ditampilkan? Tahunya dari mana?”
- I7 : “kenapa?”
- P : “taunya dari mana?”
- I7 : “taunya dari mana? Ee...”
- P : “yang ditampilkan itu mengarah ke islam?”

- I7 : “ya aku taunya sih dari identitasnya, terus dari rutinitasnya dia ikut ibadahnya sih, dee juga kan sering ikut sholat juga. Taunya ke situ.”
- P : “ke tempat ibadahnya ya....”
- I7 : “he-eh.”
- P : “nah, menurut daniel. Kan dia sering ke tempat ibadah, ke tempat-tempat ibadah itu menjadi hal yang menarik nggak buat daniel mengamati iklan kampanye mereka?”
- I7 : “kalo itu ya cukup menarik juga sih. Soalnya kan itu juga menunjukkan bahwa dia itu kaya taat beragama juga.”
- P : “terus menurut daniel, penting nggak sih ada simbol agama dalam iklan kampanye politik?”
- I7 : “kalo ditanya soal itu, mungkin ya. Mungkin itu penting, tapi bagiku nggak. Karena kan dari orang kristen sendiri pun juga bisa dikatakan jarang ikut politik-politik seperti itu, dan lebih banyak cenderung ke islam ya. Jadi bener-bener apa yo... Nggak seberapa penting. Yang paling penting di sini tuh ya cuman integritasnya sih menurutku mungkin.”
- P : “daniel kan tadi bilang nggak ada simbol agama daniel yang ditampilkan dalam politik, nah daniel pengen nggak ada keterwakilan yang ditunjukkan atau mungkin ada simbol-simbol agama lain yang dimasukkan kedalamnya?”
- I7 : “kalo keterwakilan, nggak terlalu perlu sih.”
- P : “tapi kalo misalnya disuruh milih nih ya, nih paslon ini mau membuat iklan yang ada unsur kristennya nih. Nah simbol-simbol apa sih yang menurut daniel boleh dimasukan?”
- I7 : “kalo aku sih sek.. Sek.. Mungkin bentuk kegiatannya, misale dia berkunjung ke gereja, waktu mengamankan gereja juga aman. Menurutku, itu kan juga sebagai bentuk pelayanan juga kepada masyarakat.”
- P : “kalo untuk di surabaya sendiri nih, ada nggak kegiatan paslon yang mengunjungi gereja yang pernah daniel liat?”
- I7 : “kalo aku liatnya tuh antara mbak puti sih, dee kan pernah berkunjung ke santa maria, antara dua minggu atau tiga minggu, kayaknya sih. Soalnya aku juga lupa”
- P : “berarti sebenarnya ada ya simbol kriteren, cuman nggak terlalu dominan.”
- I7 : “istilahnya sih, gak terlalu terekspos alias jarang.”
- P : “daniel menerima nggak simbol-simbol yang ditampilkan, lebih sering simbol-simbol islam kan, itu menerimanya seperti apa” oh iya gapapa ini menunjukan islam, seharusnya agama saya juga harus ditampilkan...”
- I7 : “kalo aku sih cukup menerima, karena kan balik lagi. Yang penting kan bukan agamanya menurutku, yang paling terpenting itu integritasnya, kalo integritasnya kuat. Menurutku gak masalah.”
- P : “mungkin kalo boleh nanya ya, ada nggak simbol-simbol dalam kristen yang nggak boleh ditampilkan dalam politik?”
- I7 : “kalo aku sih, kalo simbol kristen mungkin tidak masalah tapi mungkin agak bermasalah kalo di katolik. Soalnya kan ada beberapa simbol selain salib yang tidak boleh ditampilkan, mungkin tanda kutip secara umum. Itu sih, tapi kalo di kristen, mungkin sih bunda maria, soalnya kan bunda maria bagi katolik itu simbol yang sangat khusus, jadi bener-bener gak bisa dibuat macem-macem.”
- P : “menurut daniel, gaya bicara dari calon ini apakah sudah bisa menjelaskan visi-misi mereka apa?”
- I7 : “ee... Waiki..kalo ditanya seperti itu, kurang kayake.”

- P : “kurang, harusnya seperti apa?”
- I7 : “kalo ditanya harusnya, akupun kurang dapet contoh yang baik. Mungkin lebih ke arah komitmen dia dalam membangun jawa timur. Soalnya kan kalo aku *flashback* sedikit, itu kan pembangunan di jatim masih ada beberapa yang kurang gitu.mungkin dia bisa komitmen kesana mungkin.”
- P : “kalo pasangan nomor 1 ada yang daniel liat nggak? Atau lebih mana yg bisa menjelaskan visi-misinya?”
- I7 : “kalo paslon nomor 1 jarang sih, jujur banget. Jarang.”
- P : “jadi *concern-nya* nomor 2 aja nih?”
- I7 : “he-eh.”
- P : “ada nggak harapan iklan kampanye politik yang ideal menurut daniel seperti apa?”
- 7 : “kalo aku sih ynag terpenting dari sebuah iklan itu intergritas dari calon, jadi dari pertama komitmen dia untuk membangun jawa timur itu seperti apa, terus ke depan visi-misinya bagaimana, terus yang paling utama yaitu integritas, integritasnya untuk memimpin. Ya cukup itu sih.”
- P : “oh iya, daniel sempet ngomong sebelumnya diajak ibu buat tau pasangan calon ya,
- I7 : “he-eh.”
- P : “berarti daniel pernah milih dong sebelumnya?”
- I7 : “ee... Nggak sih, nggak milih. Soalnya kan dari dataku kan harusnya udah masuk tps, ternyata belum.
- P : “oh gitu.”
- I7 : “jadi, ya akhirnya gak bisa milih.”
- P : “berarti pertama kali nanti akan milih di pilgub jatim ini ya?”
- I7 : “he-eh.”

**Informan Kedelapan – Vallen (I8)**

- P : “halo, boleh kenalan dulu nggak namanya siapa ?”
- I8 : “iya. Nama saya vallengino joseph”
- P : “terus kegiatannya apa aja nih vallen, sekolah dimana ?”
- I8 : “saya sekarang mahasiswa di its jurusan teknik mesin masih baru semester 4”
- P : “ee kita masuk ke media habbit nya vallen dulu ya”
- I8 : “he’eh”
- P : “biasanya vallen ini ngakses instagram berapa kali sih sehari ?”
- I8 : paling lama sih 3 jam, itu kalau ya kadang-kadang kalau senggang sih bisa lebih”
- P : “itu kapan ? Ada nggak waktu-waktu tertentu ?”
- I8 : “biasanya kalau lagi kuliah pas habis kuliah, biasanya kalau enggak paling sering itu malem sebelum tidur itu saya buka instagram”
- P : “bangun tidur buka nggak ?”

- I8 : “o.. Enggak kalau bangun tidur enggak”
- P : “oke, terus ee selama di instagram itu biasanya vallen ngapain aja sih biasanya kegiatannya?”
- I8 : “biasanya ya lihat ngelike foto-fotonya orang, terus biasanya dm ya balesi, atau biasanya stalking saya kebanyakan tapi stalking tentang olahraga sih. Kalau politik biasanya di beranda itu ada cuma ya sekedar lihat cuma baca wes itu aja”
- P : “sebelum main instagram nih, vallen main apa aja di *social media* ?”
- I8 : “ee dulu BBM, line, whatsapp udah itu aja”
- P : “pertama kali facebook nggak main ?”
- I8 : “oiya facebook”
- P : “itu pertama kali main kapan ?”
- I8 : “saya facebook SMP”
- P : “kelas ?”
- I8 : “waktu kelas berapa, kelas delapan kalau nggak salah”
- P : “terus kalau kenal instagram sejak kapan ?”
- I8 : “saya kenal instagram masuk SMA”
- P : “terus biasanya ngakses instagram sama siapa aja sih ?”
- I8 : “saya sendirian, atau enggak sama adek di rumah bareng-bareng ?”
- P : “kalau sama adek apa aja yang dibahas ?”
- I8 : “biasanya bahas game sama film-film”
- P : “terus yang kamu tahu tentang kampanye politik itu apa ? Iklan kampanye politik”
- I8 : “kalau menurut saya sih, dia sebagai calon pasangan politiknya itu mau promosi, jadi dia kan mau jadi calon. Jadi dia promosi-promosi apa yang bisa dia lakukan untuk masyarakat yang nanti dia pimpin untuk kedepannya. Setahu saya begitu”
- P : “terus ada nggak iklan politik yang vallen inget banget ? Mungkin dari waktu kecil, atau yang baru-baru ini juga boleh ?”
- I8 : “ee dulu pernah sih apa yang pas jamannya Jokowi sama, Jokowi yang mau jadi gubernur DKI Jakarta yang dia sama siapa itu, itu di nyiptain lagu apa itu. Itu saya paling saya inget sih, sementara ini”
- P : “kenapa kok inget sama lagu itu ? Apa yang membuat lagunya menarik ?”
- I8 : “soalnya lagunya dipleset-plesetin gitu, jadi lucu kan jadi kita inget kan kalau dia lucu kan o ya menarik berarti”
- P : “oke terus sering nggak sih nonton iklan politik itu ?”
- I8 : “saya lumayan jarang”
- P : “yang di instagram nih, vallen dulu atau mungkin sekarang-sekarang ini lihat iklan politik itu sukanya apa yang ditampilkan di instagram, mungkin kegiatannya, atau orasinya ?”
- I8 : “ee saya lebih suka dia kampanye sih, dia promosi apa, sama kayak kalau dia orasi saya lihat, tapi cuma lihat aja”



- P : “itu masuk ke pertanyaan inti, vallen tahu politik itu kapan sih ?”
- I8 : “saya kenal pertama kali waktu pas smp ya, kelas delapan kelas sembilan gitu”
- P : “itu yang bener-bener politik ya, dulu waktu kecil nggak pernah dikenalin ?”
- I8 : “dulu kecil jarang, cuma kalau pas smp itu kebetulan papa saya kan hukum jadi dia sering lihat di tv, terus saya juga lihat. Terus mulai tahu tokoh-tokoh yang politik itu, saya lihat terus papa cerita-cerita, oiya ternyata lumayan seru politik. Cuman katanya ya gitu lah pokoknya”
- P : “ya gitu itu gimana maksudnya ?”
- I8 : “ya banyak intrik-intrik yang menghasut katanya hehe”
- P : “jadi yang pertama kali mengenalkan politik itu papa?”
- I8 : “kalau bagi saya iya”
- P : “terus caranya dia ?”
- I8 : “nonton tv, terus cerita-cerita gitu”
- P : “terus berarti media ini juga mempengaruhi vallen ya dalam mengetahui politik ?”
- I8 : “oiya sangat”
- P : “itu apa aja medianya ?”
- I8 : “dulu tv, sama siaran-siaran kayak indonesia lawyers club itu saya pernah lihat. Terus facebook itu juga kadang-kadang kalau lagi bosan ya lihat-lihat, sama instagram sih yang terakhir-terakhir ini”
- P : “mau tanya nih, partisipasinya vallen untuk saat ini apa sih ?”
- I8 : “kalau partisipasinya sekarang belum ada sih, cuma sekedar liat gitu aja. Pengennya sih besok waktu pemilihan tu saya milih”
- P : “kalau temen sendiri ada nggak yang mempengaruhi vallen buat milih ? Kayak diskusi-diskusi tentang politik ada nggak?”
- I8 : “emm saya lumayan jarang. Dulu waktu smp itu ada temen yang dia penggemarnya jokowi, jadi waktu jokowi mau jadi gubernur itu dia wes kayak gembor-gembor gitu lah, jadi saya agak tertarik. Cuma dulu itu saya kan belum bisa milih, jadi ya cuma sekedar liat gitu aja.”
- P : “itu temennya tu menceritakannya seperti apa ? Dia membawa ke tempat diskusi bareng-bareng atau yaudah kayak tiba-tiba ngomong berdua ?”
- I8 : “oo enggak, ya tiba-tiba aja kita lagi ngumpul ngomong, trus tiba-tiba dia dateng, ya gitu promosi-promosi gitu”
- P : “terus tanggapannya temen-temen yang lain ? Atau tanggapannya vallen sendiri ?”
- I8 : “ya kalau dulu sih saya cuma anggep guyonan ya, soalnya kan belum bisa milih. Kalau temen-temen lain ya sama ya cuma yowes ndang cepetan gedhe ndang cepetan milih, ya kayak gitu aja.”
- P : “jadi vallen suka nggak sih sama orang-orang yang suka mempengaruhi ? Dulu tanggapan vallen sama orang yang suka mempengaruhi soal politik itu seperti apa ?”
- I8 : “ya gimana ya, ya ceplas-ceplos langsung gembor-gembor promosi gitu aja. Ya kalau dia promosi baik sih ya saya terima, kalau yang kurang baik ya cuma saya dengerin aja.”
- P : “yang baik seperti apa ?”

- I8 : “yang baik mungkin ya promosi cuma ngomong-ngomong nggak pakai maksa-maksa gitu. Kan mungkin ada yang promosi trus pakai maksa-maksa, ayo nanti kamu harus milih ini, milih ini gitu kan”
- P : “pernah nggak dipaksa sama orang buat milih ini gitu ?”
- I8 : “ee belum ada sih”
- P : “terus kalau yang vallen tau tentang iklan politik di *social media* itu apa ?”
- I8 : “menurut saya foto-foto sih, ya calonnya lagi ngapain sama kegiatan apa, terus dia difoto, lagi ngomong apa, lagi membantu apa gitu ?”
- P : “masuk ke *social media* ?”
- I8 : “iya *social media*”
- P : “terus menurut vallen, simbol agama apa sih yang ditampilkan ?”
- I8 : “ mungkin menurut saya, kalau misalnya nasarani kan ada gambar salib, tapi aklau yang mungkin agama lain mungkin ada kayak gambar tempat ibadahnya, atau mungkin tokoh gamanya yang dimasukkan dalam foto atau video nya. Itu sih menurut saya kalau simbol agama.”
- P : “jadi kayak yang menunjukkan agama tertentu gitu ya ?”
- I8 : “iya”
- P : “itu penting nggak sih menurut vallen ada simbol agama di iklan politik itu?”
- I8 : “menurut saya sih, menurut saya harusnya enggak soalnya ya politik sama agama itu kan beda. Agama ya agama, politik ya politik, jadi jangan digabungkan gitu lo menurut saya”
- P : “terus yang vallen liat nih di pilgub jawa timur, mungkin pasangan calon, ada nggak simbol-simbol agama yang ditampilkan ?”
- I8 : “ee mungkin ada ya kaya kalo nggak salah yang dulu foto sama nu itu, kalo nggak salah. Yang saya liat itu.”
- P : “itu siapa tuh yang dulu sama nu? Kan dua-duanya dari nu nih.”
- I8 : “ya kalo nggak salah calon nomor 1 ya, itu saya lupa ya”
- P : “terus kalo di sosial media, vallentin ngikutin siapa sih? Ada nggak yang diikuti dari kedua pasangan ini?”
- I8 : “saya nggak terlalu ngikutin, cuman saya lebih ngikut ke yang calon nomor 2, untuk sementara ini”
- P : “kenapa tuh kok ngikutinnya pasangan calon nomor 2?”
- I8 : “soalnya, kan dia sudah pernah jadi wakil gubernur, jadi ya saya mungkin lebih percaya dia aja kan sudah jadi wakil gubernur sudah hampir 10 tahun kan. Oh iya, harusnya dia sudah lebih mengerti kondisi di jawa timur itu kaya gimana, kalo yang satunya kan dia memang menteri sosial, cuma mungkin menteri sosial tidak menyeluruh ke seluruh jawa timur.”
- P : “terus, sejak kapan sih vallen mulai mengikuti si paslon nomor 2 ini?”
- I8 : “ee baru beberapa bulan terakhir mungkin.”
- P : “terus bisa diceritain nggak awalnya kok kenapa bisa ngikutin paslon ini? Mungkin nemu di beranda atau ada temen yang nge-*share*?”
- I8 : “ee apa ya, biasanya di instagram buka-buka, dia lebih banyak promo. Ya gitu sih, terus saya liat, oh lumayan menarik gitu aja. Ya itu aja mungkin”

- P : “terus, pakaian yang ditampilkan oleh kedua pasangan calon ini apakah ada yang melarang pada agama tertentu menurut vallen? Gimana sih pakaian mereka apakah sudah pantas atau ya normal-normal aja gitu?”
- I8 : “ee menurut saya sih, sudah pantas. Normal-normal aja kan, tertutup semua, tidak menimbulkan hal yang aneh-aneh gitu di masyarakat. Menurut saya sih sudah bagus.”
- P : “terus, kan tadi ngikutin pasangan nomor 2 ya, itu gimana tuh gaya bahasa yang dipakai itu apakah bisa dipahami atau gimana?”
- I8 : “kalo saya liat videonya sih, bahasanya sih bahasa indonesia. Saya paham kok sama yang diomongkan.”
- P : “terus cara bicaranya kedua pasangan ini apakah bisa menjelaskan visi-misi mereka atau nggak?”
- I8 : “ee saya kurang terlalu ngikuti ya, jadi saya kurang tau visi-misi mereka gimana. Tapi harusnya kalo mereka orasi-orasi gitu kan harusnya ya mereka menjelaskan mungkin maksud mereka gimana. Menurut saya sih mereka harus jelasin visi-misinya sih.”
- P : “jadi selama ini vallen belum pernah melihat video yang mereka menjelaskan...”
- I8 : “oh kalo video secara khusus itu belum.”
- P : “oh yang eksplisit itu apa aja?”
- I8 : “ee mungkin kalo yang saya denger itu yang calon nomor 2 itu kan, dia kan maksudnya pendidikan di jawa timur itu ditingkatkan jadi smp sama sma negeri itu digratiskan lagi. Kan sekarang bayar, ini mau digratiskan lagi.”
- P : “itu di iklan yang mana? Mungkin vallen bisa cerita.”
- I8 : “saya denger di radio sih.”
- P : “oh gitu.”
- I8 : “iya, tadi.”
- P : “terus, menurut vallen apakah iklan politik pilgub jatim ini menggambarkan agama tertentu nggak?”
- I8 : “ee kalo menurut saya sih, nggak ya. Masih yaa normal-normal aja sih, belum terlalu aneh-aneh.”
- P : “ada nggak sih simbol agamanya menurut vallen yang dimasukan dalam pilgub jatim
- I8 : “nggak ada mungkin ya, saya kurang terlalu mengikuti soalnya.”
- P : “terus vallen maunya tuh dimasukan nggak simbol agamanya vallen dalam kampanye politik?”
- I8 : “ee saya sih itu tidak jadi masalah menurut saya, karena itu kan tergantung visi-misi mereka sendiri. Cuma kalo misalnya dimasukan, ya itu kurang sesuai. Politik sama agama kan gak bisa disatukan gitu kalo menurut saya.”
- P : “terus kalo kampanye politik berarti kan semuanya dimasukan ya, semua agama itu selalu diratakan. Semua sama, terus biar ada keterwakilan nih. Vallen maunya seperti apa? Apa sih yang membuat iklan itu bisa mewakili agamanya vallen, kan kalo di surabaya atau jawa timur kan mayoritas islam kan ya, terus sebagai vallen kan nasrani seperti apa? Pengennya yang katholik ini ditampilkan seperti apa?”
- I8 : “ee gimana ya, mungkin bisa kaya semacam wawancara gitu ke uskup atau romo, jadi apa yang mereka pengen di surabaya mungkin lebih aman, kan kemaren habis tragedi itu kan mungkin lebih diketatin kemanannya. Ya mungkin gitu aja sih, kalo menurut saya itu kan sudah cukup.”
- P : “jadi lebih ke kegiatan nyatanya.”
- I8 : “iya.”

- P : “jadi menurut vallen, vallen ini menerima ya. Kalo bisa disimpulkan, menerima iklan kampanye politik yang jatim, simbol-simbol yang ditampilkan tuh nerima aja?”
- I8 : “iya saya menerima.”
- P : “terus, kalo misalkan ditanya ya. Ada nggak sih simbol-simbol agama dalam katholik yang nggak boleh ditampilkan di ranah politik?”
- I8 : “simbol agama saya yang nggak boleh ditampilkan di politik? Ee kalo setau saya sih nggak ada, sebatas dia menggunakannya tuh memang untuk kepentingan yang baik, bukan untuk memecah belah gitu sih, jadi untuk kepentingan yang baik, ya kalo itu baik bukan jadi masalah. Kalo menurut saya sih gitu.”
- P : “terus vallen ngikutin nggak waktu pilgub dki jakarta?”
- I8 : “iya, yang kemarin ahok, he-eh.”
- P : “itu kan simbol agama juga dimasukan kan, jadi salahsatu pasangan calon memanfaatkan kelemahan dari agama yang minoritas sebagai ini (alat politik).terus vallen melihat kepentingan lainnya seperti apa, waktu kejadian itu gimana menurut kamu?”
- I8 : “ee gimana ya, ya sebenarnya sih kurang masuk. Soalnya kan, ya kita pemimpin di peraturan itu kan gak ada ketentuan kita memimpin dari agama apa, jadi agak kurang masuk akal juga kalo kita memasalahkan dari sisi agama. Karena, sekali lagi semua orang berhak untuk memimpin selagi dia punya hak, kan tidak ada yang bisa melarang kalo menurut saya gitu. Lagipula juga, saya liat kinerjanya yang selama dia jadi penggantinya jokowi itu kan dia bagus, jadi ya kenapa tidak dilanjutkan. Kalo menurut saya sih, gitu.”
- P : “jadi vallen ini menilai salahsatu calon itu dari latar belakangnya dia, kepribadian dia sebelum ini apa gimana? Apa yang membuat vallen milih orang itu apa sih? Bisa diceritain ngak?”
- I8 : “mungkin kalo saya menilai orang ya kalo misalkan dia sudah pernah jadi wakil itu kan pasti pengen aja jadi gubernur atau walikota, ya saya liat kinerjanya. Kalo kinerjanya baik selama dia menjabat ya pasti saya bakal mendukung. Kecuali kalo kinerja dia buruk, ya otomatis saya tidak dukung. Kan buat apa kita dukung orang yang mungkin malah memperburuk keadaan. Ya nggak guna juga kalo menurut saya sih, gitu. Jadi nggak ada hubungannya sama agama dan lain-lain sih.”
- P : “mungkin aku mau tanya sih, kegiatan vallen yang mengarah pada politik gitu, mungkin kegiatan kuliahnya vallen, atau mungkin di gereja ada nggak, kaya diskusi-diskusi gitu?”
- I8 : “kalo gereja sih nggak ada. Kalo di kampus itu biasanya bem, bem itu kan kaya diskusi-diskusi tapi sebatas diskusi aja sih. Mereka diskusi, kita nyampein pendapat terus pendapatnya sih disampaikan kepada yang lebih tinggi.katanya sih gitu, cuma saya jarang ikut sih”
- P : “itu rutin nggak sih kegiatan-kegiatan yang ada di bem?”
- I8 : “ee bisanya sebulan sekali.”
- P : “pernah ikut?”
- I8 : “saya nggak pernah ikut, cuman sekedar liat, “oh lagi kumpul, yowes” cuman gitu aja.”
- P : “ada gak sih sekitar vallen, grup atau temen-temen yang suka cerita-cerita tentang politik selain di sma itu, mungkin sekarang-sekarang ini? Mungkin ada isu politik dibahas”
- I8 : “kalo grup seakarang nggak ada kayanya, nggak ada. Saya nggak terlalu ngikuti, temen-temen saya juga kurang ngikuti politik gitu sih.”
- P : “itu kenapa tuh mereka nggak ngikutin politik? Apakah berat sama kuliahnya atau kenapa”
- I8 : “mungkin berat sama kuliah juga, mungkin kalo menurut saya ya kita ngikutin politik buat apa, kan kita mikir terus kita menyampaikan ya mungkin aja nggak didenger sama yang lebih tinggi kan, ya buat apa juga gitu.”

- P : “terus, menurut vallen partisipasi politik anak muda sekarang seperti apa? Apakah lebih baik dari yang dulu atau belum terbuka...”
- I8 : “ya mungkin ikut memilih itu sudah cukup sih, jadi nggak golput jadi kita punya hak suara milih ya kita gunakan, jangan golput.
- P : “terus misalnya kalian nanti jadi diskusi nih ya tentang politik, apakah kalian ikut terjun dalam diskusi itu atau nggak?”
- I8 : “ya, selama saya bisa. Selama saya kosong, saya mau ikut sih.”
- P : “terus, kalo misalnya ada berita-berita politik nih. Terus kalian memverifikasinya seperti apa? Ada nggak sih proses-proses atau vallen tuh lebih, “oh iya, menurut argumen ini udah kuat jadi kita percaya aja sama yang mereka omongin.””
- I8 : “ee kalo argumen kan cuman sekedar omongan, saya kurang begitu nganu sama omongan, saya lebih kerja nyatanya sih, kalo saya sih gitu.”
- P : “ada nggak sih media-media yang jadi patokan vallen buat memverifikasi opini atau hoax yang ada?”
- I8 : “mungkin koran ya, koran kan nggak mungkin hoax ya. Kalo sosial media sekarang kan banyak hoaknya. Kalo koran, masa koran hoax. Keterlalu juga.”
- P : “tentang simbol agama, ada nggak sih simbol agama yang vallen temuin yang disalahgunakan gitu.”
- I8 : “ee lupa, kurang tahu sih.”
- P : “atau nggak pernah cerita-cerita sama temen mungkin atau sama orangtua waktu mengajarkan politik kepada vallen? Ada nggak keunikan atau cerita-cerita menarik yang bisa vallen bagi.”
- I8 : “ee yang cerita politik... Apa ya, biasanya kalo liat tv kan, ya kan banyak tokoh-tokoh gitu. Kan papah saya suka ngikutin suka ngomong, “oh, iya ini orangnya kaya gini-gini...” Cuma sekedar gitu aja sih. Oh iya gini-gini, cuma sekedar tau aja. Terus biasanya kalo di tv ya biasanya yang dia omongin di tv a, terus di tv lain ngomong b, lhoo kok gini ya? Ya saya cuman sekedar gitu aja sih”
- P : “kalo itu kan, temen, orangtua sama media ya. Terus kalo guru pernah nggak ngajarin tentang politik? Mungkin atau sma atau kuliah ada nggak?”
- I8 : “ee kalo kuliah sih nggak ada, sma juga sangat jarang sih. Biasanya kalo guru bahasa indonesia cuma memperhatikan dari sisi bahasanya sih. Waktu itu kan ahok sama anies baswedan itu kan mau naik, dia cuman ngomen dari sisi bahasanya saja. Bagus atau nggak, gitu aja sih.”
- P : “bahasanya, itu bagus atau tidaknya bagaimana?”
- I8 : “ya mungkin bahasa indonesianya baku atau tidak, cuma dari sisi itu saja. Kalo politik-politik yang lain sih nggak terlalu disinggung.”
- P : “mungkin, ada nggak sih guru-guru dulu yang menjelaskan si tokoh a itu begini, tokoh ini seperti ini, gak langsung, mungkin dalam pelajaran atau cerita-cerita, *sharing-sharing* gitu, pernah nggak?”
- I8 : “kalo guru kayanya nggak, saya nggak pernah denger kalo dari guru. Palingan dari orangtua saya sendiri sih.”
- P : “terus, selain papa. Ada nggak orang signifikan lain yang memberikan input tentang politik ke vallen, ada atau nggak?”
- I8 : “ee nggak ada. Soalnya, di keluarga sendiri saya kan cuman berempat, saya, papah, mamah, adek. Mamah nggak terlalungikuti itu, adek juga apalagi kan, sebatas cuman papah aja. Terus di radio juga, ya cuman gitu aja.”

**Informan Kesembilan – Bintoro (I9)**

- P : “hallo, namanya siapa?”
- I9 : “nama saya bintoro”
- P : “bisa diceritain nggak kalo kegiatannya bintoro itu ngapain aja?”
- I9 : “kalo keseharian sih palingan pagi kuliah sampe sore, terus setelah sore paling ngojek itu tadi sampe sekitar jam 9-an baru pulang ke rumah.”
- P : “kita masuk ke media habitnya bintoro dulu ya”
- I9 : “iya”
- P : bintoro ini ngakses instagam setiap apa?”
- I9 : saya ngakses instagram itu sejak sma”
- P : “itu siapa yang ngenalin?”
- I9 : “yang ngenalin sih, ya sebetulnya banyak teman-teman yang make makanya saya coba-coba pake instagram gitu”
- P : “terus bintoro ngakses instagram itu berapa lama?”
- I9 : “ya paling lama mungkin sampe dua atau tiga jam lah, itupun nggak terlalu lama banget ya, soalnya kan cepet bosan makanya cari yang lain”
- P : “terus ada waktu- waktu khusus nggak buat mengakses instagram?”
- I9 : “sebenarnya nggak ada sih, ya paling cuman kalo lagi bosan aja, kalo lagi nggak ada kerjaan ya liat-liat instagram yang terbaru apa, gitu sih”
- P : “terus biasanya ngaksesnya sama siapa?”
- I9 : “ya kalo lagi nggak ada kerjaan sendirian, mungkin kalo lagi sama temen ya bareng temen liat-liat instagram”
- P : “oh begitu ya, menurut bintoro iklan kampanye politik itu bagaimana sih?”
- I9 : “iklan kampanye politik itu... hmm semacam apa ya, semacam kayak promosi gitu loh. Pasangan calon itu bikin iklan atau kata-kata apalah lalu disebarin, nah itukan kayak iklan, iklan layanan politik.”
- P : “terus nih, ada nggak sih iklan kampanye politik yang paling diinget?”
- I9 : “yang paling diinget, kayaknya sih nggak ada ya mbak. Saya anggep sama semua sih sebenarnya, karna saya nggak terlalu tertarik sama politik.”
- P : “tapi ada nggak mungkin keinget ? Ini unik banget”
- I9 : “ya mungkin yang waktu pas gubener pertama kali itu, yang apa... yang pak karwo itu, pakde karwo. Kan orang rumah sih, bukan orang rumah sendiri, maksudnya saudara banyak yang milih itu kan. “anu aja pilih brengose-brengose” banyak yang bilang gitu. Terus banyak juga saudara yang dapet kaos dari pakde karwo itu tadi.”
- P : “teruskan kalo di instagram kan ada yang namanya iklan layanan politik nih, itu bintoro lebih suka ngeliat yang kayak apa kontennya? Mungkin jingle nya atau kegiatan dia atau seperti apa?”
- I9 : “kalau saya sih lebih pilih ke kegiatannya, maksudnya pasangannya sering ke mana atau ngapain aja dalam berkampanye. Seperti itu sih”
- P : “kenapa kok kampanye sama kegiatannya?”

- I9 : “ya karna biar tau aja, kalo pasangan itu kampanyenya modelnya kayak gimana, berkunjung kemana. Kan itu nanti kan sudah...hmm apa ya kayak ciri khas gituloh. Ciri khas orang itu oh seperti ini. Kan jadi tahu kalo kegiatannya lebih sering ke ponpes oh berarti orangnya lebih ke arah agama. Kalo dia ke desa-desa kecil, berarti dia lebih merangkul ke masyarakat bawah gitu.”
- P : “terus sebelum instagram dulu bintoro mainin sosial media apa?”
- I9 : “dulu pertama kali sosial media itu, masih sering-sering main facebook sih.”
- P : “itu kapan pertama kali?”
- I9 : “pertama kali itu dikenalin temen, soalnya kan ada *game* di facebook makanya sering main facebook itu.”
- P : “kapan itu?”
- I9 : “itu kira-kira sd kelas 3 atau enggak 4 kalo nggak salah. Facebook itu cuman sekedar main *game* aja sih, nggak kayak akses-akses apa gitu. Cuman buat main *game* aja.”
- P : “terus sejak kapan sih bintoro kenal politik?”
- I9 : “kalo kenal politik udah lama ya. Mungkin dari smp sekedar tahu, ohh itu berbau-bau politik, kalo pemilu itu politik, ya sekedar gitu sih”
- P : “politik itu apa menurut bintoro?”
- I9 : “e..politik itu kalo menurut saya cenderung ke pemerintahan sih sebenarnya, ya struktur pemerintahan gitu lah. Bergelut ke pemerintahan udah berarti masuk ke politik sih menurut saya.”
- P : “terus siapa pertama kali yang ngenalin politik ke bintoro?”
- I9 : “yang pertama kali ngenalin politik sih orang tua ya mungkin, soalnya kan paling deket dengan orang tua kan. Orang tua biasanya bilang milih pemimpin baru itu biasanya disebut politik. “buat apa sih milih?” “yo, *jenenge* politiklah yo *opo maneh*. Milih pemimpin” gitu seh orang tua sih biasanya bilang begitu. Milih pemimpin baru itu biasanya disebut politik gitu orang tua biasane bilang kayak gitu.”
- P : “itu pertama kali dikenalinnya bintoro yang nanya atau lagi cerita-cerita? Mungkin lagi nonton terus kayak diceritain?”
- I9 : “ya sebenarnya pas liat tv sih, pas lagi liat tv bareng keluarga terus ada kayak kampanye atau siaran langsung perkembangan mengenai pilkada atau pemilu lalu baru mulai nanya, “loh ini apa?” Gitu sih.”
- P : “kalau orang tua menceritakan tokoh politik pada bintoro pernah gak? Atau lebih banyak bintoro yang tanya?”
- I9 : “sebenarnya nggak pernah nanya-nanya sih, cuman pas kalo lagi sama orang tua terus liat tv ada tentang politik gitu baru orang tua kalo ada yang nggak disuka secara spontan tuh bilang, “*halah ngono-ngono tok ujunge ngene*”. Kalo orang tua bilang gitu baru saya mulai nanya “loh maksudnya gimana? Oh gini-gini,” gitu sih.”
- P : “terus partisipasi politiknya bintoro itu apa aja? Pernah ngikutin kampanye kah? Atau milih aja?”
- I9 : “sebetulnya sampe saat ini saya sih belum pernah milih sama sekali ya. Soalnya pas umur 17 itu bertepatan dengan pindah rumah, jadi daftar nama saya tuh masih belum ada di rumah yang lama sama rumah yang baru. Sampe sekarang masih diproses, jadi belum pernah nyoblos sama sekali.”
- P : “jadi nanti waktu pilcagub baru milih?”
- I9 : “kemungkinan ini nanti mau milih sih benarnya”
- P : “lalu menurut bintoro simbol agama itu apa?”

- I9 : “simbol agama itu ya kayak... kurang lebih kayak ciri khas ya simbol agama. “oh orang itu berpeci,” berarti dia islam, “oh kalo orang itu pake kalung salib,” berarti orang itu kristen, seperti itu sih simbol agama menurut saya.”
- P : “terus nih menurut bintoro simbol agama apakah penting dalam politik?”
- I9 : “kalo saya rasa sih ya penting, soalnya kan biar masyarakat itu tahu pemimpin kita itu agamanya apa. Kan yang dilihat pertama kali mesti agama biasanya, “oh orang ini agamanya nasrani, orang ini agamanya hindu.” Gitu sih.”
- P : “kenapa kok agama pemimpin itu penting bagi orang-orang?”
- I9 : “menurut saya sih penting ya, soalnya kan saya menganut agama ini jadi pemimpin juga harus ikut ini, maksudnya pemimpin kalo bisa sama seperti saya lah. Sayakan islam berarti pemimpinnya ya sebisa mungkin islamlah, biar sama-sama sejalan, gitu sih.”
- P : “itu yang mengajarkan seperti itu siapa? Atau emang ada mungkin pernah dibacain dalil apa gitu atau ayatnya gitu?”
- I9 : “ya kalo dalil atau ayat sih kurang tahu, cuman pernah denger kalo pemimpin itu bagi orang islam wajib muslim lah. Ada kok, ada yang pernah bilang ada dalilnya cuman saya kurang tahu ya dalilnya bunyinya kayak apa. Pokoknya intinya ada yang pernah bilang pemimpin itu harus islam soalnya ada sunah nabi atau apalah gitu, ada yang pernah bilang begitu sih.”
- P : “itu diceritakan oleh teman atau orang tua atau ustaz apalah, atau siapa?”
- I9 : “ya mungkin sama orang tua sih”
- P : “ok begitu, lalu simbol apa aja sih yang ditangkap oleh bintoro di kampanye di instagram tentang pilgub jatim?”
- I9 : “pilgub jatim ya, ya kayak dari pakaian, busana, lalu dari tempat mereka berkampanye lebih sering kemana, itu aja sih.”
- P : “pakaiannya yang seperti apa?”
- I9 : “ya kalo sekedar islam biasa sih ya palingan berkerudung sama berpaian seperti biasa, kalo yang islam yang agak tulen biasanya jilbabnya kan yang model-modelan syar’i dan pakaiannya agak keislaman lah.”
- P : “oke, terus pertama kali liat iklan kampanye politik di *social media* itu kapan? Mungkin ngikutin gus ipul atau khofifah gitu.”
- I9 : “kalo liat pertama kali mungkin waktu di ig ya, di ig kan sering di pencarian itu nggak sengaja keluar semua.”
- P : “oh maksudnya di *explore*”
- I9 : “iya di *explore* lah. “oh pasangan calon ini, pasangan calon ini.” Lewat *explore* itu tadi.”
- P : “ada satu bulan ?”
- I9 : “sebenarnya udah lama sih. Dari ya dimulainya kampanye itu sih, nantikan keluar kalo di *explore*”
- P : “terus bintoro tahunya ini dari *explore*, atau ada temen yang merekomendasikan?”
- I9 : “tahunya dari *explore* sih, enggak pernah kalo temen nyaranin “ohh ini, pilih ini aja.” Enggak pernah sih”
- P : “terus akunya siapa nih yang paling sering ditonton?”
- I9 : “sebetulnya sih jarang sih ya liat, mungkin kebanyakan khofifah kayaknya. Soalnya mungkin lebih sering kampanye kali makanya sering muncul di *explore* sih.”



- P : “apa yang membuat kamu suka liat akun itu?”
- I9 : kalo saya sih sukanya ya mungkin karena mereka itu lebih memilih rakyat kecil ya, mungkin. Maksudnya kalo berkampanye itu sering ke pelosok-pelosok gitu, merangkul rakyat-rakyat bawah, kalangan bawah. Gitu aja sih yang disukai, mampu merakyat lah istilahnya gitu.”
- P : “seberapa sering sih kamu menemui akunnya khofifah di instagram?”
- I9 : “enggak terlalu sering banget sih, kan explore soalnya. Terus saya jarang juga sih berminat di politik, jadi enggak terlalu sering lah maksudnya harus sellau dilietin terus perkembangannya gimana. Enggak terlalu sih”
- P : “berarti kalo dari pakaian udah menggambarkan islam banget ya kedua pasangannya?”
- I9 : “iya. Kalo diliat dari pakaian sih iya,”
- P : “terus kan tadi bilang nih kalo datang ke pondok pesantren segala macam. Nah menurutmu latar belakang kayak gitu menarik enggak buat diikuti atau buat jadi referensi buat memilih?”
- I9 : “sebenarnya menarik sih, soalnya kan lebih dekat dengan agamanya kan mungkin akan lebih baik akhlaknya. Mungkin enggak akan ada... kayak sekarang kan marak kasus-kasus yang kayak korupsi, agak takutlah mungkin kalo dia lebih dekat dengan agama.”
- P : “terus nih menurut bintoro kan sebagai seorang muslim nih, paslonnya udah muslim dua-duanya. Nah itu sudah ada merasa keterwakilan enggak sebagai seorang muslim dalam diri kedua calon ini?”
- I9 : “ya ada sih, yakan karena mereka sudah muslim jadi apa yang lebih banyak di islam mungkin udah mereka keluarin. Karena mereka kan islam, jadinya nanti kalo mereka berkampanye atau berpolitik islamnya nanti keluar sendiri, soalnya nantikan sudah diwakili oleh merekalah istilahnya kan gitu.”
- P : “politik yang islam itu yang seperti apa?”
- I9 : “kalo menurut saya politik islam itu ya yang lebih sering melihat ke bawah ya daripada ke atas, maksudnya dalam artian kita lebih mementingkan kesejahteraan rakyat-rakyat kecil yang kurang mampulah daripada kita harus mengurus yang masyarakat atas enggak bener-bener sih.”
- P : “ada enggak bintoro menemukan ketidaksesuaian dari simbol-simbol yang ditampilkan dari pilgub jatim?”
- I9 : “menurut saya enggak ada sih, udah sesuai sih.”
- P : “terus menurut bintoro sendiri, simbol agama yang ideal ditampilkan dalam pemilu itu seperti apa?”
- I9 : “simbol agama yang ideal ya orang diliat dari pakaiannya lah, pakaian nomor satu. Kalo orang berpeci kan sudah menggambarkan kalo dia islam, kalo orang enggak berhijab terus jadi mereka kan nasrani, gitu ajasih.”
- P : “terus menurut bintoro iklan layanan politik yang ideal itu yang seperti apa aja sih?”
- I9 : “kalo ideal ya, kalo menurut saya ideal itu enggak berbelit-belit ya. Maksudnya kalo misalkan dalam sebuah kata-kata atau tulisan ya enggak harus berbelit lah. “pilih ini nanti sukses semua blab la,” enggak pentinglah. Yang penting itu sesuai sama omongannya, maksudnya di iklan bilang kesejahteraan bersama, berarti kalo jadi harus ditepati lah iklan kampanye itu, jangan cuman ngomong kosong gitu.”
- P : “terus kampanye di media sosial yang pilgub jatim ini, bahasa yang digunakan itu sudah gampang enggak buat diterima oleh bintoro? Bahasa yang digunakan oleh paslon.”
- I9 : “kalo menurut saya sih... sayakan enggak mengikuti perkembangan mereka ya, jadi saya kurang seberapa tahu ya. Kalo hanya sekedar lihat sih sebenarnya mungkin sudah paslah, kan mereka sendiri juga sudah mengerti kalo sama masyarakat bawah berarti mereka harus... kalo misal dalam pedesaan di pulau jawa, mereka harus pake bahasa jawa yang halus, kan kebanyakan masyarakat masih pake bahasa daerah kan kalo yang terpencil-terpencil begitu sih.”

- P : “terus gaya bicaranya mereka sudah menggambarkan visi-misinya belum?”
- I9 : “yaa kemungkinan besarnya sih pasti sudahlah, kan mereka harus mengacu pada visi-misinya kalo berkampanye agar masyarakat milih dia. Kan sebenarnya begitu.”
- P : “terus menurut bintoro, bintoro menerima nggak iklan kampanye politik yang dibuat di pilgub jatim ini? Apa sudah bagus atau kelihatan apa gitu?”
- I9 : “kalo saya sih ya nggak minat pada politik ya, kalo saya ya, menurut saya ya terima-terima aja sih. Kan saya kurang tertarik sih sebenarnya, ya terima-terima ajalah, nggak kebanyakan protes atau apalah gitu.”
- P : “menerima ya berarti. Ada syarat-syaratnya mungkin?”
- I9 : “ya mungkin nggak perlu itulah... apasih, menjelekkkan suatu rasa tau agama, agak rasis ya soalnya. Cukup itu aja sih, pokoknya enggak rasislah satu sama lain. Itu ajasih.”
- P : “berarti sejauh ini bintoro masih menerima aja ya?”
- I9 : “iya, kalo sejauh ini masih menerima-nerima ajasih.”
- P : “mungkin ada nggak diskusi-diskusi sama temen yang pernah dilakukan oleh bintoro tentang politik mungkin? Pilgub jatim ini atau sebelumnya?”
- I9 : “diskusi politik sih, enggak ada sih. Temen- temen saya kebanyakan apatis semua kalo tentang politik, cuman sekedar nyoblos sudah gitu aja. “
- P : “emang kenapa menurutmu kenapa temennya seperti itu? Mungkin sudah sibuk apa atau gimana? Kan anak-anak muda sekarang biasanya seperti itu.”
- I9 : “yaa sebenarnya sih dari temen-temen saya sendiri sudah males lah sama hal yang kayak gitu-gitu. Karena apa ya, banyak kasus yang nggak sesuai sama janji dan visi-misinya itu sih. Makanya temen-temen saya itu sudah pada maleslah ngikutin yang kayak gitu-gitu sih, makanya udah nggak terlalu perduli, milih yaudah milih angger milih.”
- P : “yang menjadi referensi bintoro buat milih itu siapa aja?”
- I9 : “ya mungkin kemauan sendiri ya, atau mungkin kepingin nyoba rasanya buat milih itu gimana karena sampe saat ini belum pernah milih sama sekali soalnya. Makanya milih itu keinginan sendiri, bukan omongan orang atau gimana gitu.”

**Informan Kesepuluh - Dinda (I10)**

- P : “halo namanya siapa?”
- I10 : “dinda adelia”
- P : “dinda bisa dijelasin nggak kesibukan dinda sekarang itu apa aja sih?”
- I10 : “kesibukannya kuliah di unesa terus juga kerja part time disebuah suatu cafe gitu”
- P : “kita masuk ke *media habit* nya dinda dulu ya.. Dinda sering nggak sih ngakses instagram? “
- I10 : “kalau dibilang sering, sering banget jadi candu gitu lo instagram itu iyaa”
- P : “setiap hari?”
- I10 : “hampir setiap hari, tapi kadang nggak sama sekali, bukan nggak sama sekali, misalnya terlanjur sibuk gitu bukanya pas disela-sela waktu istirahat aja”
- P : “berapa kali? Berapa jam sekali?”

- I10 : “kira-kira bisa setiap jam, setiap jam bisa buka tergantung kouta aja”
- P : “ada jam jam tertentu ngga? Mungkin habis tidur?”
- I10 : “kalau misalnya *mood* ya buka, kalau nggak *mood* ya nggak buka”
- P : “terus dinda kalo main instagram sama siapa?”
- I10 : “kadang sendiri, tapi kadang kalau *stalker* orang biasanya yaa berdua bertiga gitu jadi tergantung kondisi heeh”
- P : “terus kalo main instagram itu sejak kapan?”
- I10 : “sejak kapan ya, sma kali yaa sma”
- P : “sebelum main instagram dulu main apa?”
- I10 : “facebook, twitter”
- P : “kalau facebook itu dari kapan?”
- I10 : “kalau facebook dari sd mau smp”
- P : “terus nih menurut dinda iklan kampanye itu apa sih?”
- I10 : “kalau menurutku, iklan kampanye itu mempromosiin diri untuk aa apa sih namanya, untuk menggait .. Menggait warganya agar terfokus pada objek itu”
- P : “terus iklan kampanye yang dinda inget itu apa?”
- I10 : “yang diinget itu kampanyenya gus ipul sama puti yaitu seduluran, soalnya itu kayak bahasanya surabaya banget seduluran gitu jadi kayak melekat banget di otak kayak misalnya kayak aku lihat paslon yang satunya lebih kayak khofifah emil tim apa.. Apa.. Gitu tapi kalo untuk yang gus ipul sama putinya itu lebih kayak dia itu lebih kayak menggunakan bahasa surabaya, jadi lebih kayak seduluran”
- P : “dinda asli surabaya?”
- I10 : “asli surabaya”
- P : “terus ada nggak? Mungkin iklan waktu kecil dulu ada nggak yang berkesan”
- I10 : “apanya yang berkesan maksudnya?”
- P : “kayak *memorable* banget gitu, yang paling diinget”
- I10 : “hmm, apa yaaa. Pak jarwo. Jarwo (pembenaran: karwo) kayak kumis tebalnya itu mungkin karena ikon udah dari penampilannya udah menarik perhatian mungkin yaa jadi kayak pak jarwo (pembenaran: pak karwo) itu udah sampek sekarang pun mungkin masih banyak yang menggunakan kata- kata atau kayak julukin orang yang kumisnya tebal itu sebagai pak jarwo (pembenaran: pak karwo) kayak gitu”
- P : “terus tau nggak iklan kampanye di sosial media?”
- I10 : “tautau”
- P : “kayak gimana itu?”
- I10 : “kalo kan aku misalnya kalo kampanye itu eeee kampanye di instagram itu aku tu pernah dapat tgs ee di kuliah melihat lihat untuk menganalisis suatu kampanye dari 2 paslon kayak gitu aku ngelihatnya itu lebih kayak eee mungkin mereka mungkin dengan ee apasih namanya media sosial yang lebih menguntungkan sekarang itu mereka memanfaatkannya dengan cara buat vlog terus membuat meme- meme lucu terus juga dari timsesnya sendiri maupun dibayar atau enggak juga ikut bikin jadi secara tidak lagsung mereka itu kayak apa sih namanya kayak menguntungkan banget di instagram gitu, jadi kayak ada

*live* sekarang malah saya lihat khofifah sama mas emilnya itu sendiri itu buat vlog. Terus pak gus pak gus ipulnya sama bu puti itu lebih kayak melihat bahwa ini loh aktivitas kami saat kami itu berjalan berdampingan dan untuk membangun surabaya kembali kayak gitu”

- P : “itu tugasnya semester kapan?”
- I10 : “baru-baru ini semester 4”
- P : “mata kuliah?”
- I10 : “mata kuliah apa yaa eee lintas budaya kali yaa. Lupa mata kuliahnya apa, tapi ada kok. Sempet-sempet itu dibuatnya per kelompok”
- P : “hasilnya dari dinda kemarin?”
- I10 : “kalau hasilnya itukan bukannya eee kalau aku misalnya melihatnya itu ee kita tu nggak cari kesimpulan tapi kayak menganalisis dari setiap kegiatannya mereka itu seperti apa. Contohnya kayak hastag di setiap *hastag* itu menemukan apa kayak misalnya ee gus ipul sama gus ipul sama mbak puti itu dia membuat *hastag* yaitu seduluran agar apa, agar warga surabaya maupun jawa timur yang berbahasa jawa itu mengerti kalau misalnya kita tu meskipun kita berganti gubernur ataupun siapapun menjadi gubernur kita tetap akan menjadi saudara selamanya kayak gitu. Tapi kalo ksalnya khofifah sama emil itu lebih ke kayak pendekatannya mereka ke warga- warga yang terpencil kayak yang misalnya pedesaan-pedesaan yang belum bisa dijangkau sama gus ipul sama mbak puti mereka itu lebih dulu untuk terjun ke lapangan daripada gus ipul sama itu.. Gitu”
- P : “terus yang dinda lihat di instagram itu lebih suka yang seperti apa yang kayak jingle atau dia kampanye ke desa?”
- I10 : “eemmm kalo aku sih sukanya kayak jingle yaa. Kan pernah eee sempet kalo nggak salah paslon nya gus ipul sama mba puti itu paslon nomor 2 yaa, jadi dia itu kayak ngajakin artis- artis ibu kota kayak via valen teris membuat lagu- lagu tentang tentang promosinya mereka tentang kampanyennya mereka jadi kayak misalnya jingle itu kayak lebih kayak sering didenger gitu loo lebih gampang masuknya soalnya kan itu berkaitan dengan nada lagu yang biasanya itu kita juga lebih suka gitu buat dengerinnya”
- P : “hmmm mulai tanya ini yang lebih dalam yaa. Dinda itu sejak kapan sih kenal politik?”
- I10 : “kenal politik itu sebenarnya itu udah lama udah dari sma tapi kayak kurang kurang tertarik gitu looo tapi untuk tapi untuk informasi informasinya tetap dapat tapi meskipun meskipun nggak semua detail detail banget tapi mesti dapat gitu”
- P : “itu siapa yang mengenalkan pertama kali sama dinda?”
- I10 : “pastinya itu orang tua yaa pastinya kayak tiap taun kan kita ada kayak yang namanya apa sih milih itu namanya apa mbak?”
- P : “pemilu”
- I10 : “pemilu.. Ha ha ha. Pasti ada yang namanya pemilu kan jadi kita tiap taun ada pemilu terus kita tiap taun ngelihat ada apa hmm kotak tps itu terus ada jari-jari warna ungu jadi kayak “ini apa ma?” “ini apa pa” “ini loh pemilihan gubernur” (menirukan suara orang tuanya). Kayak gitu-gitu tapi untuk ngelihat untuk mempelajarinya itu dari sma soalnya smp itu mungkin kita belum tau apa” yaa tapi kalau sma itu udah ada yang umur 17 tahun udah mau menginjak 17 tahun jadi udah kebanyakan itu punya ktp jadi udah diperkenalkan yang namanya politik gitu. Apalagi di ips kayak misalnya kita itu udah dikenalkan kayak eee kayak pelajarannya ips dengan kayak eee soekarno hatta terus pemilunya terus proklamasinya pancasilanya mungkin dari situ kita belajar politiknya”
- P : “kalau orang tua itu ngenalin degan cara dinda tanya dulu baru jawab”
- I10 : “iyaaa bisa jadi kayak gitu, soalnya kan yang namanya anak kecil juga kan kayak kepo pengen tau itu apa itu apa.. Bahkan kita itu rasanya itu pgn nyoba untuk kan selalu habis pemilu kan dapat kayak tanda

itu kann. Pasti kan kita kayak ituuu tanda apa kayak gitu kenapa kok dapet kayak gitu kannn jadi kita pasti dijelasin gitu lahhh.”

P : “terus pernah nggak sih orang tua dinda itu kayak ngasih tau maksudnya kayak si tokoh a itu seperti ini nih din atau begini sikapnya, pernah nggak?”

I10 : “eee kalau orang tua sih kayak juga mungkin dapat informasi. Tapi kayak kurang tertarik gitu loh soalnya mungkin memang kayak memang tidak terlalu berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari banget maksudnya kayak rakyat yang menengah ke bawah itu kurang berpengaruh gitu loh apalagi kalo misalnya kita itu pekerjaannya orang tua itu jauh- jauh dari politik gitu jadi kayak mungkin kurang kayak kayak mungkin kalo buat bercerita tentang gini-gini enggak tapi untuk kalo misalnya di untuk kakakku itu biasanya cuma diingetin jagan lupa nyoblos gitu ditungguin pak rt kayak gitu aja sih”

P : “terus kayak yang di sma itu yaa ada *sharing-sharing* sama temen?”

I10 : “kalo *sharing* sama temen itu mulainya kuliah heehhh kalo kuliah itu kan mungkin karna itu yaa mungkin fakultas nya komunikasi itu di fakultas ilmu sosial dan hukum yaa. Jadi kayak jiwa sosialnya itu lebih tinggi gitu lo, akhirnya mereka itu membahas tentang adanya area- area politik obrolan politik jadi untuk bahas- bahas pemerintah ke depannya itu ada gitu loooh”

P : “pernah nggak ikut dalam diskusi itu?”

I10 : “pernah. Tapi kayak yaudah yaa kayak gitu soalnya.. Hmm pernah bahas apasih lebihnya itu kalo misalnya politik itu lebih kayak “halah indonesia iku opo”. Dibandingkan kayak yang di luar- luar istilahnya kayak gitu mau negara liberal demokrasi blablabla kayak gitu tapi kalo aku sendiri sih kayak mungkin aku orang yang salah satu orang yang nggak begitu nggak politik jadi kayak dengernya tu malah iyaa iyaa gitu aja kayak jarang komentar soalnya memang lagi pemerintah indonesiakan lagi dihujat-hujatnya sama orang indonesia gitu”

P : “temen-temennya dinda sendiri aktif nggak maksudnya sering nggak diskusi..?”

I10 : “beberapa ada, tapi kayak sering aktif gitu enggak kayaknya soalnya kayak wantu senggang aja soalnya kayak kalau lagi ngobrol ngopi- ngopi cantik kalo lagi bosan aja baru bahas itu pun kalo misalnya ada pembahasan kayak misalnya tentang tgs atau tentang saat waktu lihat postingan berapa paslon terus tiba-tiba wah kocak- kocak kayak meme- meme gitu kan kocak- kocak juga sih kayak perlu dibahas jadi dibahas gitu aja”

P : “terus bentuk partisipasi politiknya dinda itu apa?”

I10 : “ya mungkin kan baru tahun ini kan ikut pemilu kan yaa. Jadi mungkin yaa bakal ikut coblos juga gitu, terus kayak ikut untuk menyemarakkan ikut bikin *hashtag* atau meme kayak nggak mungkin kayak lebih ke like- like postingannya aja”

P : “yaa terus yang dinda tau tentang iklan politik di media sosial itu apa?”

I10 : “iklan itu lebihnya lebih ke vlog yaa, soalnya kayak selalu dilike dan selalu apa selalu masuk di eksplor apalagi kalau di instagramnya khofifah sendiri itu udah ada centang birunya jadi kayak jadi pasti udah kelihatan banget kalo misalnya dia itu *famous* di instagram?”

P : “terus pernah nggak dapet iklan politik yang bener-bener itu iklan kalo tadi kan yang konten-kontennya iklan yaa. Yang langsung dia ngiklan masuk ke timelinenya dinda pernah nggak?”

I10 : “nggak pernah kayaknya, kecuali di mungkin di line di timeline line mungkin kayak di *jokes* politik itu lo. Itu kan aku sempet ada salah satu oa line yang tak add tentang politik- politik indonesia itu. Mungkin disitu, tapi lebih banyak kayak perdebatannya pemerintahan bukan soal kayak pilgub kayak gitu

P : “terus menurut dinda simbol agama itu apasih?”

I10 : “simbol agama itu kepercayaan”

P : “kayak seperti apa?”

- I10 : “simbol agama itu kayak apa yaa.. Contohnya itu simbol agama itu kayak menunjukkan identitas kayak kalau misalnya cewek muslim itu pake jilbab tapi bukan berarti juga yang nggak pake jilbab itu non muslim gitu jadi kayak identitas”
- P : “terus penting nggak sih simbol agama dalam kehidupan berpolitik?”
- I10 : “kalau mungkin mungkin yaa mbak sepengetahuanku mungkin kalo misalnya ini di jatim itu bukan nggak penting menurutku nggak akan dibahas tapi untuk semaraknya di ibu kota mungkin dibahas soalnya udah terkait sama ahok dan blablabla tapi kalo untuk di jatim sendiri itu nggak sih soalnya kan kita di surabaya ini termasuk eee jatim termasuk orang netral, orangnya kalem- kalem jadi untuk masalah ahok itu mereka bisa menoleransi kecuali kita ada di ibu kota sekarang mungkin itu akan menjadi pembahasan yang amat-amat panjang di pemerintahan dan bakal mungkin kalo misalnya jadi yang paslon itu orang non-islam lagi mungkin itu bakalan jadi pembahasan panjang juga di masyarakat gitu, tapi untuk di jatim sendiri pilgub jatim sendiri itu menurutku tidak penting gitu soalnya kan memang kayak mereka kebetulan juga sama-sama islam semua dan mayoritas surabaya juga islam jatim juga islam jadi kayak nggak seberapa penting sih.”
- P : “terus simbol agama apa aja sih yang sdh Dinda tangkep dalam pilgub jatim di sosial media
- I10 : “kalo aku ngelihatnya sih lebih ke mengislamkan diri yaa kayak iyaa kayak menurutku sih. Soalnya kayak bu puti itu kan nggak pake krudung awalnya tapi dia usaha untuk menjadi menurutku kayak apa yaa pake tudung terus kelihatan rambutnya itu tu sekalian aja kayak gitu nggak usah pake krudung nggakpapa tapi itu kan bukan berarti kamu pakai itu terus itu menunjukkan bahwa kamu adalah orang yang wibawa gitu lebih kayak gitu lebih kayak buat apa sih kayak gitu pake tudung apaitu sebenarnya mungkin itu kayak simbol sebenarnya kayak cak ning cak ning gitu yaa mungkin yaaa mungkin bisa jadi tapi aku juga nggak tau lagi. Tapi itu menurutku mengislamkan diri soalnya kayak mungkin ngelihat bu khofifah pake krudung jadi kayak itu ikut-ikutan untuk mengislamkan dirikan jadinya dia juga pake tudung- tudung kayak gitu”
- P : “terus selain pakaian apa lagi yang mungkin dinda?”
- I10 : “apa yaa, kayaknya nggak ada mungkin, yaa itu mengislamkan diri aja itu mungkin kayak eeee simbol-simbol agamanya mungkin lebih ke pancasila mungkin yaa kemanusiaan kayak gitu”
- P : “terus pernah nggak dinda liat ee kegiatan kampanye mereka, dateng ke *stand* mana”
- I10 : “eee sempet mau dateng gara” diundang tapi nggak bisa karena kerja jadi gak sempet”
- P : “jadi nggak dateng diundang?”
- I10 : “diundangnya itu mungkin yaa namanya orang kampanye yaa mbak yaa pasti ada yang namanya suap menyuap kayak dikasih kompensasi.. Kompensasi gitu yaa kayak kita jadi kayak diundang dikasih duit dikasih mama ku yang dateng. Jadi dia katanya dikasih uang dikasih duit. Dikasih krudung yang menurutku mengislamkan diri itu loo kayak wahh dikasih krudung wahh ibu-ibu dikasih krudung kayak namanya ibu-ibu dikasih krudung yaa mungkin seneng-senang ajaa”
- P : “itu ibunya.. Jadi bahas ibunya ini ya... Itu ibunya itu jadi diajak ke mana? Ke kampanye yang di mana?”
- I10 : “kampanyenya khofifah.. Entah kampanyenya khofifah sama emil atau yang itu kurang tau yaaa. Tapi kayak diajak gitu lo, tapi kurang tau tempatnya di mana tapi itu pas hari jumat kalo nggak salah diajaknya itu jadi kayak mama bilang “dek ini lo ikuto dapet uang 50 ribu dapet krudung gitu.. Dapet makan kayak gitu”.”
- P : “terus yang kayak di sosial media gitu dinda kayak pernah lihat nggak kayak dateng tempat mana..ponpes mana..?”
- I10 : “kalo kampanye kayak gitu mungkin lebih.. Kayak gitu disebut kampanye? Gak tau ya kayak gitu disebut kampanye atau enggak. Tapi kayak kalo kunjungan kayak ke desa desa aku sempet- sempet lihat vlognya khofifah juga video-videonya foto-fotonya gus ipul itu lebih kayak yaa apa yaa lebih kayak

mengunjungi desa-desa tapi aku nggak tau kalo misalnya dia kayak kampanye-kampanye atau nggak. Kayak cuma foto sama warganya aja tapi nggak menunjukkan bahwa di sana ada kampanye kayak gitu.”

- P : “nah teruskan di sosial media kan ada tu mereka jalan ke ponpes mana untuk meraih suara. Menurut dinda latar belakang tempat seperti itu pondok pesantren seperti itu menurut dinda menarik nggak buat dipilih? Kan si kedua calon ini nih kan dateng tu ke pondok pesantren segala macam, menurut dinda menarik nggak sih latar belakang tempat pondok pesantren itu jadi pilihan. Dia islami nih jadi aku pilih ah”
- I10 : “mungkin bisa jadi menarik mbak, seperti yang tadi saya bilang. Jatim kan mayoritasnya islam terus dan kebetulan semua paslon islam jadi kayak misalnya kita kan belum ada tu yang biasanya tu kan biasanya cuma di apa sih namanya panti asuhan kayak gitu-gitukan tapi untuk kayak di pondok pesantren itu belum, mungkin itu salah satu cara pendekatannya mereka buat meraih suara terbanyak di situ”
- P : “yaa itu general yaa, kalo menurut dinda sendiri itu penting nggak?”
- I10 : “enggak sih. Kalo menurutku soalnya yaa soalnya yaa.. Soalnya kayak ini kita ngasih uang belum tentu juga kita milih mereka kayak buat itu kan pasti ada penyerahan ..kayak cenderamata pasti itu nggak mungkin nggak yaa kan..?! Pasti itu entah itu barang, entah itu uang pasti ada. Tapi itu seneng di awal gitu. Tapi tetep aja milihnya tetep berdasarkan masing-masing tiap – tiap individu ajaa. Dia mau milih apa nggak”
- P : “dinda terus kalau menurut dinda kayak gitu nggak penting yaa. Terus yang dinda lihat dari calon pemimpin itu apaa?”
- I10 : “hmmm apa yaa, tanggung jawabnya yang paling penting menurutku. Terus kayak menjalankan yang dia omongin itu bener-bener dijalanin itu. Lebih ke tanggung jawab sih menurutku daripada harus ke mendekati lebih kemengislamkan diri. Mending itu bertanggung jawab itu yang penting.”
- P : “lihatnya dari? Tau tanggung jawabnya dari mana?”
- I10 : “yaa itu dari visi misinya mereka. Kan mereka kalo nggak salah di instagram masing-masing tapi kedua paslon bukan akun pribadi masing-masing itu tu mereka apasih namanya ngasih itu loh kayak gambaran untuk misi kita ini loo nanti ketika kita terpilih gitu. Di masing-masing instagramnya pasti ada kayak mereka tu membut meme-meme buat dirinya sendiri tentang misi-misinya mereka gitu”
- P : “jadi menurut dinda sendiri apakah bahasa yang digunakan dalam kampanye dia itu udah menggambarkan visi misinya?”
- I10 : “kurang tau juga yaa, soalnya kan eee bacanya cuma sekilas-sekilas gitu soalnya kan kayak oh kan kayak aku lihat itu soalnya bukan gimana mereka buat ee soalnya aku kan nggak tertarik sama politik ee soalnya aku ngelihatnya mereka tuh nggak kayak gimana caranya mereka buat ngejadiin jatim jadi lebih baik tapi aku kayak ngelihat ooo dia di sini dia lagi disini kayak gitu oo ternyata dia punya vlog ternyata kayak lebih kayak gitu ooo ternyata dia itu pernah buat lagu kayak gitu aja sih, kayak *basic-basic* ajaa tapi untuk detailnya banget itu nggak”
- P : “berarti masih belum bisa menggambarkan sepenuhnya?”
- I10 : “emmmm”
- P : “terus eee dinda ada nggak sih, berarti menurut dinda ini tu menggambarkan agama tertentu ya berarti yaitu islam?”
- I10 : “hmm iya”
- P : “terus dinda sebagai muslim nih terasa terwakili nggak sebagai muslim dari simbol-simbol yang digunakan?”
- I10 : “eemmm enggak sih. Kayak soalnya kan eemmm apa yaa kayak nggak soalnya banyak sih yang pake krudung mbak, jadi kayak yaa kayak biasa ketika kita lihat paslon masing- masing pake krudung kaya gitu

kayak nggak merasa terwakilkan juga tapi yaa nggak merasa benci juga gitu, tapi yaudah mungkin itu memang penampilan mereka kayak gitu”

- P : “menurut dinda simbol agama itu ada nggak sih yang nggak boleh dipake atau mungkin dari sepemahaman dinda sebagai muslim kayak lambang ini nggak boleh dipake ini lambang ini nggak boleh dipake gitu?”
- I10 : “nggak sih kayak *fair-fair* aja selama ini kayak selama eee patilah selama paslon itu udah pasti tau yang namanya sopan santun dari awal yakan pasti mereka tau batasan-batasan mana yang boleh dan nggak boleh. Jadi kayak selama ini ngelihat yaa nggak ada lambang-lambang yang menurutku lambang-lambang kayak yang sampek menyempel menyimpang yang sampek keluar dari islam atau gimana”
- P : “menurut dinda iklan kampanye politik yang paling ideal itu kayak apa sih?”
- I10 : “kampanye politik yang ideal itu kayak apa yaa. Yaa mungkin lebih kayak kunjungan terus vlog itu juga bagus, jingle, terus.. Udah bagus sih sebenarnya kampanye tahun ini soalnya kayak lebih bervariasi sampek ke youtube sampek mengundang selebritas ibu kota sampek ikut serta dalam kampanye itu juga udah bagus sih, jadi kayak gaaada yang perlu dikomentarin kayaknya. Lebih kayak menjaga sikap sama perilaku aja ketika kita mau *ngepost* atau mau menghapus suatu postingan di kampanye tersebut aja”
- P : “terus sikapnya dinda berarti menerima yaa, isi iklan kampanye politik yang ada di kampanye jatim sekarang ini?”
- I10 : “iya menerima”
- P : “nggak ada syarat-syarat tertentu mungkin nggak boleh ini atau apaa. Aku menerima asalkan nggak menggunakan ini atau *upload* apa?”
- I10 : “nggak sih. Kayak bener-bener nerima soalnya kan namanya juga ngepromosiiiin diri juga kan punya cara masing- masing jadi kayak yaa mungkin itu misalnya kalo mungkin memang itu selama masih bisa diterima masyarakat yaa kenapa enggak”
- P : “terus yang dinda ikutin itu akunya siapa aja?”
- I10 : “di-*follow*? Nggak ada”
- P : “atau misalnya dipantau”
- I10 : “kalau dipantau yaa nggak ada. Pas dipantau yaa pas mata kuliah itu aja. Pas lagi ada tugas aja untuk selebihnya nggak ada pantauan atau yaa mungkin misalnya dari timeline terus muncul terus kelihatan menarik kayak vlog- vlognya bu khofifah terus buka tab homenya yaudah cuma *scroll-scroll* biasa terus tutup lagi gitu”
- P : “terus pertama kali tau akunya ini tu akunya si calon kapan?”
- I10 : “yaa itu pas mata kuliah aja jadi malah sebenarnya aku sebelumnya dapet mata kuliah ini tu aku tu taunya cuma yang jadi cuma bu khofifah sama gus ipul. Wakil-wakilnya malah nggak tau malah taunya kalo misalnya udah semarak itu tu malah pas mata kuliah itu. Kalo pas udah tau bahwa udah ada lagunya udah ada nomernya udah ada malah katanya mau ada perdebatannya di tv itu baru tau itu malah baru tau itu malah pas mata kuliah malah ku nggak tau kayak mungkin gara-gara waktuku udah terbagi sama kerja sama tugas juga sama organisasi juga yaa mangkannya kayak udah jarang lihat tv udah jarang main hp jadi kayak kurang tau gitu. Jadi kayak oalaih udah ada calonnya kayak gitu”
- P : “terus kayak misalnya lihat tv lihat koran gitu, terus dapet info dari berita dari mana?”
- I10 : “line today. Line today, temen terus kalo koran pasti nggak deng soalnya hampir nggak pernah terus tv juga kayaknya enggak soalnya juga nggak pernah lihat tv semenjak kuliah jadi lebih kayak ke temen lebih ke line today lebih ke *timeline* instagram gitu.”
- P : “terus ada nggak mungkin cerita gitu pengalaman menariknya dinda waktu diskusi sama temen tentang politik jatim mungkin?”



- I10 : “hmmm mungkin sempetnya tentang pilgub itu nggak. Tapi misalnya kalo tentang kayak media masa mungkin itu ada suatu perdebatan yang kayak dikuliah itu bener-bener apa yaa eee kayak misalnya kayak mantan duluuu mantan-mantan anggota terus kayak tiba-tiba di dunia masuk di dunia per filman kayak-kayak gitu mungkin lebih kayak gitu politiknya terus yaa cuma gitu aja siiiii”
- P : “berarti nggak ada yang diskusi-diskusi”
- I10 : “iya”
- P : “terus kalo masalah ahok itu pernah bahas nggak sama temen?”
- I10 : “pernah, oo sempet pernah dan hampir diadakan mata kuliah buat perdebatan kalo ahok itu kalo yang ahok itu banyak yang pro dan kontra sih kayak apa yaa kayak mungkin yaa mungkin kan dikuliah itu ada yang beberapa di non islam ada yang islam tapi meskipun ada yang islam ada yang pro juga di ahoknya karena mungkin kalo aku sendiri sih lebih pro di ahoknya soalnya kan memang apaa yaaa niatnya kan tidak menyinggung dan sudah minta maaf juga kayak gitu, lebih kayak yaa tidak perlulah dibesar besarkan kayak gitu”

**E. Dokumentasi wawancara mendalam**



Wawancara informan Caca (I1) dan Yusuf (I2) tanggal 9 Juni 2018



Wawancara informan Ayu (I13) dan Agnes (I4) tanggal 8 Juni 2018



Wawancara informan Zahra (I5) tanggal 6 Juni 2018 dan Vallen (I8) tanggal 10 Juni 2018



Wawancara informan Daniel (I17) dan Bobby (I6) tanggal 11 Juni 2018



Wawancara informan Bintoro (I19) dan Dinda (I10) tanggal 22 Juni 2018

**BIODATA**



Nama : Monica Quinn  
Tempat, Tanggal Lahir : 7 Maret 1997  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Jagir Sidomukti IV/8-A, Wonokromo, Surabaya  
No.Handphone : 083854519397  
Agama : Islam  
Email : monicaquinnr@gmail.com

**Jenjang Pendidikan**


SD : SD Mutiara Bunda 1 Sidoarjo (2003-2009)  
SMP : SMP Negeri 2 Surabaya (2009-2012)  
SMA : SMA Trimurti Surabaya (2012-2015)  
Universitas : Universitas Airlangga  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik  
Jurusan : Ilmu Komunikasi (2015-2019)

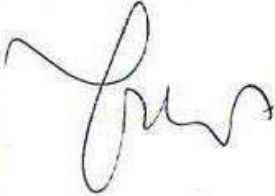
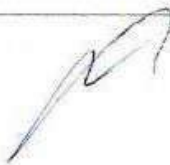
**BERITA ACARA REVISI**

Nama Mahasiswa : Monica Quinn

NIM : 071511533093

Judul Skripsi : Penerimaan Pemilih Pemula Generasi Milenial terhadap Simbol-Simbol Agama dalam Iklan Kampanye Politik Pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018 di Instagram

Nama Pembimbing / Penguji	Saran	Revisi + Halaman	Tanda Tangan Pembimbing/ Penguji
Dr. Santi Isnaini, S.Sos., MM.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Typo error dan konsistensi penggunaan kata</li> <li>-Matriks seharusnya dimasukkan pada Lampiran bukan pada Bab 3.</li> <li>-Pada LBM tambahkan penjelasan tentang iklan kampanye politik yang dimaksud pada penelitian ini</li> <li>-Tambahkan signifikansi dari Pilgub Jatim</li> <li>-Tambahkan data tentang Generasi Milenial sadar literasi media</li> <li>-Perhatikan saran untuk penelitian berikutnya jangan sampai memberi saran yang dapat menutup temuan yang seharusnya didapatkan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Sudah direvisi</li> <li>-Sudah dipindahkan ke Lampiran</li> <li>-Sudah ditambahkan hal.2-3</li>   <li>-Sudah direvisi hal. 7</li> <li>-Sudah direvisi hal.68-69</li>   <li>-Sudah di revisi hal.136</li> </ul>	

<p>Dr. Liestianingsih Dwi Dayanti, Dra., M.Si.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Tambahkan sumber kutipan teori buku asli</li> <li>-Deskripsikan teknik analisis data</li> <li>-Tinjauan pustaka tentang analisis resepsi harusnya menjadi pembahasan pertama</li> <li>-Perhatikan jumlah pembagian paragraf dalam satu halaman agar lebih mudah dipahami</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Sudah ditambahkan hal.17-18</li> <li>-Sudah ditambahkan hal. 32</li> <li>-Sudah direvisi hal. 15</li> <li>-Sudah di revisi</li> </ul>	
<p>Rendy Pahrun W. , S.I.Kom ., MA.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Tambahkan kondisi dan dukungan dari organisasi NU saat kedua petinggi organisasinya bertarung pada Pilgub Jatim 2018</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Sudah ditambahkan hal.7</li> </ul>	

**Dinyatakan LULUS**

Surabaya, 27 Mei 2019

Ketua Komisi:



Dr. Santi Isnaini, S.Sos., MM.

NIP. 197709202005012001