

Konstruksi Isu Politik Melalui Jurnalisme Satire Di Media Online: Analisis Pemberitaan Isu #2019Ganti Presiden di MOJOK.CO

Nani Yulianti

Fidikom UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Bintan Humeira

bhumeira@gmail.com

Fidikom UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

ABSTRAK

Praktik jurnalisme identik dengan tanggung jawab media mengungkap kebenaran melalui bahasa. Kelugasan bahasa dalam menyampaikan pemberitaan menjadi penting untuk menyajikan fakta secara jelas. Penggunaan satire dalam praktik penulisan berita menjadi hiburan bagi pembaca. Akan tetapi disisi lain, gaya bahasa satire yang tidak lugas menunjukkan fakta rentan terhadap munculnya interpretasi yang tidak tepat oleh pembaca. Artikel ini bertujuan untuk melihat bagaimana penggunaan satire dalam konstruksi isu #2019GantiPresiden di media online Mojok.Co. Artikel ini menggunakan paradigma konstruktivis dan tehnik analisa semiotika untuk melihat bagaimana konstruksi isu yang dibangun oleh Mojok.Co tentang isu #2019GantiPresiden melalui penggunaan gaya bahasa satire. Artikel ini menunjukkan bahwa gaya bahasa satire digunakan Mojok.Co untuk menyerang kelompok pendukung isu #2019GantiPresiden secara umum, dan calon presiden yang berposisi dengan kekuasaan. Penggunaan gaya bahasa satire sebagai praktik jurnalistik tampak jelas mengarah pada cara media membangun sentimen politik pada kelompok lain daripada menyampaikan kebenaran atas fakta.

Kata kunci: *Satire, #2019GantiPresiden, Media Online, Jurnalisme*

Permalink/DOI: <http://doi.org/10.15408/jsj.v1.13951>

A. PENDAHULUAN

Menurut Badudu (1988) jurnalistik memiliki karakteristik khusus dalam penggunaan bahasa yaitu singkat, padat, sederhana, lugas, menarik, lancar dan jelas. Dalam praktik jurnalisme, bahasa merupakan alat menyampaikan fakta untuk mengungkap kebenaran. Penggunaan gaya bahasa satire yang umumnya hadir dalam tulisan sastra dalam genre komedi, biasanya berupa

sindiran, menciptakan sebuah pendekatan baru yang beberapa ahli menyebut sebagai jurnalisme komedi. Satire biasanya disampaikan dalam bentuk ironi, sarkasme, atau parodi. Oleh karena itu ketika jurnalisme disandingkan dengan komedi, ada paradoks antara tugas jurnalisme menyampaikan fakta secara lugas dan jelas, dengan fungsi komedi untuk menghibur dengan permainan bahasa yang sarat sarkasme dan parodi yang rawan menimbulkan

disinformasi atau misinformasi.

Kemunculan jurnalisme satire dianggap sebagai cara untuk melawan hegemoni kekuasaan dominan yang cenderung otoriter melalui kritik berupa sindiran atau parodi. Jurnalisme satire yang menghibur mulai marak seiring dengan kejenuhan publik dengan berita serius, dan melihat bahwa sajian dalam bentuk hiburan lebih menarik. Tingginya minat penonton akan beritanya yang menghibur ditunjukkan oleh hasil Pew Survey (2004) yang memperlihatkan penonton kaum muda dan dewasa menyukai acara komedi tengah malam yang berisi tentang isu politik. Acara itu dilihat bukan hanya sekedar sebagai sumber hiburan, tetapi juga kesempatan untuk menambahkan kesadaran politik. Dengan alasan ini, Geoffrey Baym (2006) menyarankan agar acara yang menggunakan satire politik, seperti *The Daily Show*, harus dipertimbangkan sebagai bentuk jurnalistik alternatif. Memanfaatkan satire telah terbukti menjadi fitur yang menarik dalam pemrograman berita, khususnya bagi kelompok khalayak yang kurang terlibat secara politik. Selain itu tayangan satire politik memainkan peran dalam mengkritik kekuasaan yang seringkali represif terhadap kritik terbuka.¹

Satire dalam pemberitaan politik marak muncul dalam media online. Hal ini karena aspek kebebasan dan demorasasi yang ditawarkan oleh internet bagi semua pengguna untuk bertindak sebagai konsumen atau produsen konten. Selain itu, keragaman konten dan cara penyajian konten menjadi aspek penting tidak hanya bagi pembaca maupun juga bagi pembuat berita untuk menarik khalayak dalam merebut perhatian di ranah online. Salah satunya menggunakan gaya bahasa satire yang menghibur.

Salah satu media yang kerap menggunakan gaya bahasa satire adalah *mojok.co*. Penggunaan satire

oleh *mojok.co* banyak digunakan untuk mengemas isu-isu politik. Salah satu isu yang menjadi perhatian media adalah sugantipresiden yang muncul seiring dengan kampanye Pemilihan Presiden (Pilpres) 2019. Isu tentang ganti presiden bergulir seiring dengan munculnya hashtag #2019GantiPresiden, yang kemudian membesar menjadi sebuah gerakan masyarakat pendukung calon presiden yang oposisi pada kekuasaan. Ramainya perbincangan tentang #2019GantiPresiden direspon oleh *Mojok.co* dengan menerbitkan 38 artikel berlabel #2019GantiPresiden sejak bulan April sampai dengan Oktober 2018 dengan total 12.913 *shares* pada 10 September 2018. Hal ini menunjukkan bahwa jauh sebelum 2019, media sudah ramai memperbincangkan isu-isu pilpres sebagai konten politik.

Banyaknya media yang memberitakan tentang #2019GantiPresiden sudah tentu memiliki pandangan dan persepsi yang berbeda. Hal tersebut dapat dilihat melalui bagaimana gaya bahasa, pilihan kata maupun kalimat yang digunakan pada pemberitaannya tersebut. Pemberitaan #2019GantiPresiden merupakan berita yang cukup kontroversial mengingat sedang memanasnya dunia perpolitikan di Indonesia. Sudah menjadi barang tentu bahwa menuliskannya adalah sebuah tantangan yang harus dilakukan oleh seorang wartawan untuk menyajikan sebuah berita yang aktual dan faktual serta berimbang.

Penggunaan satire oleh *mojok.co* terkait dengan isu 2019GantiPresiden menimbulkan pertanyaan bagaimana penggunaan satire oleh *mojok.co* untuk mengkonstruksi isu politik terkait dengan wacana 2019GantiPresiden, dan makna apa yang dikonstruksi oleh *mojok.co* tentang 2019GantiPresiden.

B. KERANGKA TEORI

Jurnalistik secara praktis adalah proses pembuatan informasi hingga penyebarluasannya

¹ Geoffrey Baym, *The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism, Political Communication*, (Taylor & Francis Inc: 2006) 22: h.259-276

melalui media massa, baik melalui media cetak, elektronik, maupun media online. Praktik jurnalistik merupakan cara-cara yang digunakan oleh intitusi media untuk mengemas pemberitaan sesuai dengan kode etik jurnalistik dan nilai berita. Penggunaan satire dalam praktik jurnalistik dilihat sebagai konsep Jurnalisme komedia. Komedi memiliki artisandiwararinganyangpenuhdengankelucuan meskipun kadang-kadang kelucuan itu bersifat menyindir dan berakhir dengan bahagia; drama ria.² Jurnalisme komedi karena menggunakan istilah “komedi” tidak memiliki arti bahwa jurnalisme yang digunakan menggunakan teknik sandiwara, tetapi lebih menekankan kepada bagaimana sebuah berita dibawakan dengan ringanyangpenuhdengankelucuan meskipun kadang-kadang kelucuan itu bersifat menyindir (satire).

Jurnalisme komedi menggunakan salah satunya adalah gaya bahasa satire. Biasanya penggunaan satire ditujukan untuk menyampaikan sebuah berita yang dimaksudkan mengkritik kekuasaan. Jurnalisme komedi memiliki ciri yaitu penggunaan materi berita yang terbit di media *mainstream* diolah menjadi sebuah perbincangan atau tulisan yang bernuansa komedi, atau ada yang menyebut sebagai *news on news*. Jurnalisme komedi kerap melakukan wawancara langsung kepada politikus, *public figures* untuk mengomentari isu yang sedang hangat diangkat oleh media. Dalam jurnalisme komedi, sekata perbedaan hiburan dan berita menjadi kabur atau melebur, dan apabila media kerap menyajikan berita hiburan ini layaknya seperti hard news, maka cepat atau lambat batas perbedaan berita dan hiburan tidak akan terlihat.

Satire adalah gaya bahasa yang dipakai dalam kesusastraan untuk menyatakan sindiran terhadap suatu keadaan atau seseorang.³ Menurut Keraf seperti dikutip dalam Tarigan, satire adalah ungkapan yang menertawakan atau menolak

sesuatu. Bentuk ini tidak harus bersifat ironis. Satire mengandung kritik tentang kelemahan manusia. Tujuan utamanya adalah agar diadakan perbaikan secara etis maupun estetis.⁴

Abrams dalam Allendan Stephens, membagi satire menjadi dua jenis berdasarkan bentuk pengungkapannya, yaitu Direct Satire berupa sindiran langsung adalah komentar terhadap seseorang atau sesuatu dengan mengungkapkan sindiran secara langsung, dan Indirect Satire berupa komentar terhadap seseorang atau sesuatu dengan cara mengungkapkan sindiran secara tidak langsung.

LeBeoeuf mengungkapkan bahwa karakteristik satire secara umum adalah sebagai berikut : (a) Mengandung kritik, (b) Bersifat Ironis, (c) Implisit, dan (d) mendekonstruksi dengan cara melebih-lebihkan, *absurd*, atau keluar dari konteks normalnya. Unsur-unsur satire menurut Abrams dalam Octa yaitu : (a) Parodi, (b) Ironi (*Verbal Irony, Sarcasm, Socratic Irony, Dramatic Irony, Cosmic Irony*) (c) Alegori, (d) Humor

Salah satu riset tentang penggunaan satire dalam pemberitaan politik dilakukan oleh Hoffman, yang melihat politik satire dalam jaringan sosial. Penelitian ini membahas tentang bagaimana efektivitas ajakan yang dilakukan oleh TV Show *Last Week Tonight with John Oliver* mendorong penontonnya untuk berpartisipasi dalam politik. TV Show *Last Week Tonight with John Oliver* adalah sebuah acara yang disiarkan di televisi di Amerika yang mengangkat dan menggunakan tema satire sebagai pokok utama dari acaranya. Satire di sini digunakan untuk mengomentari hal-hal atau pun isu terkait dengan politik yang tengah terjadi di Amerika. Riset ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menghasilkan temuan bahwa penonton yang melihat acaranya sampai pada bagian ajakan berpartisipasi dalam politik lebih banyak mendapatkan pengetahuan tentang

² <https://kbbi.web.id/komedi> diakses pada 8 Maret 2019 pukul 15.57

³ <https://kbbi.web.id/satire> diakses pada 8 Maret 2019 pukul 15.59

⁴ Yanty Nuryanah, *Satir Dalam Kumpulan Cerpen Kuda Terbang Maria Pinto Karya Linda Christiany dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia*, (Jakarta: 2017), h.22

dunia politik, dibandingkan penonton yang tidak menonton sampai pada bagian ajakan. Riset ini juga menunjukkan bahwa humor memiliki efek signifikan meningkatkan partisipasi politik melalui jaringan media sosial.

Selain itu riset oleh Abusmishan memfokuskan pada pilihan mahasiswa Universitas Illinois di Chicago untuk belajar politik dari kelas atau dari menonton acara televisi yang menggunakan satire, dan mengetahui apakah mahasiswa belajar dengan baik ketika mereka terpapar informasi sekaligus dihibur dalam waktu yang bersamaan. Hasil riset menunjukkan bahwa lima dari enam nara sumber yang diwawancarai tentang menyebutkan bahwa mereka menjadikan acara televisi *Last Week Tonight with John Oliver* sebagai yang terfavorit. Hal ini karena format acara dan gaya presentasi yang disuguhkan. Acara televisi ini juga dianggap menyuguhkan analisis mendalam tentang politik yang tengah berkembang dengan sebisa mungkin meminimalisir bias. Hal ini menunjukkan bahwa komedian satire mendapatkan banyak perhatian dari para generasi muda di Amerika Serikat terkait dengan isu politik. Hal ini bukan hanya untuk menjadibahan tertawaan, tetapi juga bahan belajar bagi para milenial.

C. METODOLOGI

Dalam penelitian ini penulis menggunakan paradigma konstruktivis. dengan pendekatan kualitatif untuk menemukan bagaimana *mojok.co* sebagai media online melakukan pembedaan isu politik tentang wacana ganti presiden 2019 melalui penggunaan gaya bahasa satire. Analisis menggunakan semiotika Charles S. Saussure pada teks berita di *mojok.co* pada bulan April, Mei dan Agustus 2018 yang mengusung tagar #2019GantiPresiden. Analisis semiotika digunakan untuk mengetahui makna yang dikonstruksi atas wacana tersebut dan mengidentifikasi jenis satire apa yang lebih dominan digunakan oleh *mojok.co* untuk

melakukan pembedaan isu. Selain itu penelitian ini juga menggunakan analisis sintagmatik yang mencari arti secara harfiah dari sebuah kata dan analisis paradigmatis yang mengartikan makna kata secara eksternal dalam penggunaannya saat berkomunikasi.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Isu #2019GantiPresiden dicetuskan pertama kali oleh politikus Partai Keadilan Sejahtera (PKS), yaitu Mardani Ali Seradi akun Twitter pribadinya. #2019GantiPresiden meramaikan media sosial karena menuai beragam komentar dari khalayak. Data Drone Empirit dalam *Viva.co.id*, tercatat sejak 1 sampai 10 April 2018 #2019GantiPresiden mendapat 110 ribu *mention* di Twitter. Ramainya tagar ini di media sosial, kemudian menjadi isu hangat yang diangkat ke media lain seperti cetak, elektronik, maupun online.

Salah satu media online yang mengangkat isu ini adalah *Mojok.co*. *Mojok.co* adalah sebuah media online yang berbasis di Yogyakarta dan berdiri sejak tahun 2014. *Mojok.co* menerbitkan artikel dengan tagar #2019GantiPresiden dengan gaya tulisan satire. Artikel dengan #2019GantiPresiden di *Mojok.co* berjumlah 38 artikel terhitung sejak bulan April sampai dengan bulan Oktober 2018, tetapi dalam penelitian ini penulis hanya mengambil tiga sampel artikel yang memiliki *shares* cukup banyak dan sesuai dengan kriteria satire yang akan dibahas.

Artikel ini akan menjelaskan hasil dalam dua bagian yaitu hasil analisis teks dan interpretasi hasil penelitian. Analisis teks pada bulan April, Mei dan Agustus menunjukkan temuan menggunakan tiga artikel dalam *mojok.co* pada bulan April, Mei dan Agustus 2018. Analisis pada tiga artikel menunjukkan hasil sebagai berikut :

Pada artikel bulan April 2018, *mojok.co* menggunakan judul “Merenungi Aksi Bullying Massa #2019GantiPresiden di Arena Car Free Day”

. Dari aspek tanda, mojak.com menggunakan teks berikut :

“Yah, melihat video sekelompok orang yang membully ibu dan anaknya karena alasan perbedaan pandangan politik itu, besar kemungkinan, setan pasti bahagia sekaligus sedih. Bahagia karena bisa membuat manusia terpecah belah. Dan sedih karena ternyata mereka kalah jahat dari manusia.”

Acuan tanda yang digunakan adalah kegiatan perundungan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang menggunakan kaos dengan #2019GantiPresiden kepada ibu dan anak yang menggunakan kaos #DiaSibukKerja yang terpisah dari rombongan dalam acara *Car Free Day*. Dua acuan tanda ini menunjukkan ada perundungan yang dilakukan oleh kelompok pendukung wacana #2019gantipresiden yang direpresentasikan sebagai pendukung calon presiden Prabowo, terhadap kelompok pengguna kaos #Diasibukkerja yang mewakili pendukung Capres Jokowi. Teks menunjukkan kecenderungan mojak untuk menyatakan sikap kritik kepada pengguna kaos #2019GantiPresiden yang melakukan perundungan.

Artike ini menunjukkan mojak.co juga menggunakan *direct satire* dalam tulisan ini dengan memberikan penyebutan subyek secara halus sebagai *“sekelompok orang”* yang masuk ke dalam *socratic irony*. Mojok.co menggunakan perumpamaan *“setan”* yang dituju kepada pendukung wacana 2019GantiPresiden atau pendukung capres Prabowo Subianto. Penyebutan *“setan”* sebagai pelaku perundungan sebagai sebuah bentuk dari gaya bahasa sarkasme.

Dalam teks ini juga tampak Mojok.co juga menggiring opini kepada pembaca bahwa pendukung capres Prabowo Subianto adalah kelompok yang membuat masyarakat Indonesia terpecah belah menjelang pilpres, dan menekankan kesan dibagian akhir bahwa pendukung capres Prabowo Subianto jauh lebih jahat dari setan.

Dari teks tersebut tampak bahwa mojak.co mengkontruksi gerakan #2019GantiPresiden sebagai sebuah gerakan yang mengintimidasi kelompok lain yang berbeda pandangan. Nada sentimen tampak jelas dalam teks dengan sindiran bahwa apa yang dilakukan melebihi perilaku setan.

Analisis Teks pada artikel *“Relawan #2019GantiPresiden Rencanakan Mudik Bareng Lewat Tol Era Presiden Yang Mau Diganti”* pada bulan Mei 2018 menunjukkan aspek tanda sebagai berikut :

*“Benci demokrasi tapi berlingung dengan tameng demokrasi, seperti ingin sebar gerakan ganti Presiden tapi memanfaatkan fasilitas-fasilitas yang disediakan Presiden. Ya boleh sih, itu tidak melanggar hukum, sah secara aturan, dan memang sudah menjadi hak warga negara. Hanya saja kalau kata *SpongeBob SquarePants* ini namanya; *“ironi di atas ironi.”*”*

Acuan tanda dari teks tersebut adalah sikap kontra gerakan #2019GantiPresiden (pendukung capres Prabowo Subianto) terhadap presiden yang tengah menjabat, untuk kemudian menggantinya pada pilpres 2019. Sikap kontra ini dilakukan melalui banyak kegiatan yang dilakukan oleh gerakan #2019GantiPresiden, mulai dari melakukan deklarasi di berbagai daerah sampai pada kegiatan mudik bersama. Mudik bersama ini dilakukan dengan tujuan untuk menyebarkan semangat ganti presiden sampai ke pelosok negeri.

Dengan kata lain, acuan tanda ini mengacu pada aktivitas perilaku pendukung #2019GantiPresiden yang melakukan mudik hari raya menggunakan jalan tol, yang diidentikan sebagai hasil pembangunan yang dilakukan Presiden yang akan mereka ganti. Kata-kata *“benci demokrasi tapi berlingung dengan tameng demokrasi”* menyindir kelompok pendukung 2019Ganti Presiden yang dianggap melakukan tindakan inkonstitusional dengan menggaungkan pergantian presiden sebelum masuk masa kampanye Pilpres.

Sedangkan proposisi kedua berbunyi “*seperti ingin sebar gerakan ganti Presiden tapi memanfaatkan fasilitas-fasilitas yang disediakan Presiden*”. Proposisi ini jelas ditujukan kepada pendukung capres Prabowo Subianto terkait gerakan #2019GantiPresiden yang akan melakukan mudik bersama.

Mojok.co menggabungkan dua proposisi yang bertentangan dengan logika demi menggiring pembaca kepada pemahaman baru. Dapat dikatakan bertentangan logika karena Mojok.co dengan sengaja menggabungkan dua subjek yang berbeda dalam konteks yang berbeda juga, tetapi tetap disatukan dalam satu kalimat.

Mojok.co juga menggunakan konjungsi perbandingan dengan menggunakan kata *seperti*. Dari konjungsi dua proposisi dari kalimat ini, penulis interpretasikan bahwa Mojok.co berusaha menggiring pembaca untuk mengartikan bahwa *benci demokrasi* pada proposisi pertama ditujukan kepada pendukung capres Prabowo Subianto yang berada di proposisi kedua. Hal ini karena pendukung capres Prabowo Subianto ingin mengganti presiden yang tengah menjabat tetapi tetap menggunakan fasilitas berupa jalan tol yang dibangun di masa presiden yang ingin diganti.

Teks tersebut bahkan melakukan sindiran yang digunakan sebagai klaim bahwa kelompok pendukung 2019GantiPresiden sebagai kelompok yang melanggar hukum karena menggunakan fasilitas milik pemerintah yang mereka ingin ganti dengan pemimpin baru. Pernyataan mojok.co sebagai seakan-akan “pelanggaran hukum” membuat fakta menjadi tidak jelas dan kabur karena mengatakab bahwa masyarakat yang ingin memilih presiden baru tidak boleh memanfaatkan fasilitas pemerintah. Teks ini mengabaikan fakta, pertama bahwa tidak ada hukum yang mengatakan masyarakat tidak boleh menggunakan fasilitas pemerintah yang tidak dipilih oleh mereka dalam Pemilu. Kedua, mojok.co mengabaikan fakta bahwa hasil pembangunan sepenuhnya adalah milik rakyat karena menggunakan uang rakyat, bukan uang

milik Presiden atau pemerintah yang berkuasa.

Dengan demikian satire yang digunakan dalam teks ini bersifat tidak langsung dan secara sinis memojokan pendukung #2109GantiPresiden sebagai kelompok yang tidak tahu aturan hanya karena menginginkan pemerintah diganti namun masih menggunakan fasilitas yang dibangun negara.

Mojok.co menggunakan *direct satire* dalam artikel ini. Mojok.co melakukan kejanggalan logika dengan menganggap fasilitas jalan tol yang dibangun adalah milik pribadi Presiden. Mojok.co juga menggabungkan dua proposisi yang berbeda dengan maksud memberi pemahaman baru. Di mana Mojok.co menganggap pendukung #2019GantiPresiden adalah orang yang benci demokrasi.

Mojok.co juga melakukan pembenaran terhadap kegiatan mudik bersama dengan maksud melakukan ironi. Penggunaan istilah dari Spongebob juga menggambarkan bahwa Mojok.co menganggap #2019GantiPresiden kekanak-kanakkan. Dengan demikian makna yang dikonstruksi oleh mojok.co terhadap pendukung wacana #2019GantiPresiden sebagai kelompok yang tidak tahu aturan karena menggunakan fasilitas yang dibangun oleh pemerintah yang ingin diganti oleh mereka dalam Pemilu 2019.

Selain kedua artikel di atas, artikel tentang isu ganti presiden tampak pada teks “Ahmad Dhani Yang diusir Di Kampung Halamannya Sendiri” pada bulan Agustus 2018. Tanda yang muncul dalam teks sebagai berikut :

Kasih ya, Dhani. Ternyata perbedaan pandangan politik, bisa menjadikan Ahmad Dhani diusir dari kampung halamannya sendiri, ya. Bahkan disuruh balik ke tanah rantau lagi. Padahal kan biasanya, orang-orang yang sukses ditanah rantau, justru diminta untuk pulang ke kampung halaman. Ini kok~ Atau yang mengusir Ahmad Dhani sebenarnya justru adalah fans Maia Estianty garis keras?

Dari teks diatas tampak bahwa acuan tanda yang digunakan adalah aksi deklarasi #2019GantiPresiden di Surabaya yang akan dilakukan oleh Ahmad Dhani. Ahmad Dhani adalah seorang musisi Indonesia dan juga salah satu politikus dari Partai Gerindra. Partai Gerindra adalah partai yang mengusung dan mendukung Prabowo Subianto sebagai capres untuk kembali majudalampilpres2019.,sebagairivaldaripresiden Jokowi dalam Pilpres 2019. Sebagai salah satu politikus nya, Ahmad Dhani turut mendukung aksi #2019GantiPresiden dengan melakukan deklarasi di kampung halamannya.

Dari teks tersebut tampak Mojok.co menggunakan *direct satire* yang dilakukan dengan nadacibiranataucemoohanyangditujukankepada Ahmad Dhani yang akan melakukan deklarasi #2019GantiPresiden di Surabaya.

Mojok.co kembali mengungkapkan pendapat bahwa tidak sewajarnya orang rantau diusir dari kampung halaman seperti dalam tanda, "*Padahal kan biasanya, orang-orang yang sukses di tanah rantau, justru diminta untuk pulang ke kampung halaman. Inikok~*". Tandainiadalahpengulangan Mojok.co untuk kali ke tiga.

Pengulangan pernyataan dalam artikel ini menyiratkan bahwa pernyataan tersebut penting untuk diingat pembaca. Dalam interpretasi penulis, pernyataan ini merupakan salah satu cara Mojok.co menggiring pemahaman bahwa sebenarnya Mojok.co mengkritik Ahmad Dhani yang mendukung gerakan #2019GantiPresiden. Pilihan Ahmad Dhani untuk mendukung gerakan #2019GantiPresiden, yang pada akhirnya membuatnya diusir dari kampung halamannya sendiri.

Dalam kalimatterakhir terdapat kata *fans*. *Fans* adalah kata dalam bahasa Inggris yang memiliki arti penggemar. Maia Estianty adalah mantan isteri Ahmad Dhani. Kata *garis*, berarti "coretan

panjang".⁵ Kata *keras*, berarti "padat kuat dan tidak mudah berubah bentuknya atau tidak mudah pecah".⁶ Ketika kata *garis* disandingkan dengan kata *keras*, memiliki arti strategi untuk memperjuangkan paham dengan perlawanan. Tetapi dalam kalimat ini kata *garis keras* memiliki arti penggemar Maia Estianty yang fanatik.

Mojok.co juga menggunakan karakteristik satire berupa implisit yang lebih-lebihkan dan keluar dari konteks. Di mana topik penolakan Ahmad Dhani bukan semata karena perbedaan pandangan politik, tetapi juga karena penolakan dari penggemar berat mantan isteri Ahmad Dhani, yaitu Maia Estianty.

Hal ini dapat di lihat dari tanda "*Atau yang mengusir Ahmad Dhani sebenarnya justru adalah fans Maia Estianty garis keras*". Tanda ini mengarah ke urusan pribadi subjek artikel, yang jauh dari fakta dilapangan karena tidak ditemukannya data yang valid terhadap penolakan terhadap Ahmad Dhani di Surabaya yang disebabkan oleh penggemar Maia Estianty.

Dalam interpretasi penulis, makna yang ingin dibangun oleh Mojok.co melalui artikel ini adalah Mojok.co mengkritik Ahmad Dhani yang mendukung gerakan #2019GantiPresiden. Sehingga Mojok.co membuat artikel satire tentang Ahmad Dhani yang bertujuan untuk mencemooh Ahmad Dhani terhadap pilihan politiknya.

Mojok.co juga melakukan sebuah satire implisit yang keluar jauh dari konteks dan menjadikannya opini yang bersifat menyerang personal, namun ditujukan untuk menyindir kelompok pendukung #2019GantiPresiden secara keseluruhan. Penggunaan teks "*Atau yang mengusir Ahmad Dhani sebenarnya justru Aladdin fans Maia Estianty garis keras?*" merupakan sindiran pada tokoh Ahmad Dani sebagai politikus Gerindra,

⁵ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/garis> diakses pada 6 September 2019 pukul 16:56

⁶ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/keras> diakses pada 6 September 2019 pukul 16:57

partai pendukung Prabowo, terkait dengan masalah pribadi tokoh yang sebenarnya tidak berkaitan dengan wacana #2019GantiPresiden. Namun, sebagai pesohor, kisah pribadi Ahmad Dani menjadikan konsumsi publik. Kisah kekisruhan rumah tangga tokoh ini kemudian dijadikan canda Mojok.co memberikan sindiran bahwa tokoh pendukung wacana #2019GantiPresiden adalah sosok yang bermasalah juga dalam kehidupan pribadinya.

Sebelum melihat penggunaan satire dari perspektif jurnalistik, perlu diketahui bahwa beberapa penelitian terdahulu tentang penggunaan satire dalam jurnalisme memberikan hasil yang positif. Penggunaan satire dipandang dapat meningkatkan fungsi kritik terhadap politik dan meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap politik. Artinya, penggunaan satire dalam hal ini dianggap berdampak positif, karena membuat orang terhibur sekaligus meningkatkan pengetahuan politik. Seperti yang dikemukakan oleh *Jones dan Baym*, bahwa sajian satire dalam tayangan berita politik membangun sebuah sistem demokrasi bagi warga dan sekaligus menyediakan saluran yang bermanfaat untuk keterlibatan dalam kehidupan bangsa.

Dari sisi jurnalistik, dengan menggunakan konsep jurnalisme komedi, Mojok.co seakan-akan ingin memberikan pilihan baru kepada khalayak dalam penyajian sebuah informasi. Dimana Mojok.co menyajikan informasi dengan menggunakan gaya bahasa satire berupa humor, parodi, atau sindiran untuk menghibur masyarakat. Akan tetapi hasil analisis menemukan bahwa Mojok.co justru mengemas informasi dengan etika yang jauh dari koridor jurnalistik, yaitu menojokan, menyindir dan mengolok-mengolok pihak lain.

Sebagai sebuah media, citra yang ingin ditampilkan oleh Mojok.co kepada publik dalam menyajikan artikel adalah sebagai sebuah media yang menyajikan artikel dengan gaya menghibur dan juga tetap berimbang atau netral. Namun dari hasil penelitian yang dilakukan justru

menunjukkan sikap berpihak pada kelompok penguasa dan menentang kelompok pendukung wacana #2019GantiPresiden. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan satire langsung yang dilakukan oleh Mojok.co.

Ketiga artikel yang dijadikan sampel dalam penelitian ini menggunakan satire langsung yang oleh Mojok.co ditujukan kepada pendukung capres Prabowo Subianto sebagai lawan politik Presiden yang sedang berkuasa. Penggunaan satire langsung ini tampaknya dilakukan untuk menggiring pembacanya untuk memiliki pandangan politik yang sama dengan Mojok.co.

Padahal sebagai sebuah media massa, Mojok.co seharusnya bersikap berimbang dengan tidak memihak kepada siapapun dalam urusan politik secara dominan, dan memojokan pihak lain dengan tidak memberikan ruang yang sama untuk memberikan pernyataan atau klarifikasi. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Ketua Aliansi Jurnalis Independen (AJI), Abdul Maman, "Kami organisasi wartawan memiliki hak moral untuk mengingatkan jangan menggunakan media untuk politik. Karena media memiliki tanggung jawab yang sangat besar untuk melayani kepentingan publik."⁷

Hasil penelitian selanjutnya menemukan bahwa penggunaan satire oleh Mojok.co justru menggunakan kata sarkasme yang seharusnya tidak dilakukan oleh media. Sumadiria mengatakan bahwa bahasa jurnalistik tunduk kepada kaidah etis. Jadi bahasa jurnalistik terlarang menggunakan kata-kata kasar, menyakit hati, tidak enak didengar, vulgar, sarat sumpah-serapah, dan lebih jauh lagi mencerminkan perilaku orang, atau kelompok masyarakat yang tidak beradab. Penggunaan gaya bahasa sarkasme ini tampak ketika Mojok.co menyamakan pendukung capres Prabowo Subianto dengan setan.

Penggunaan gaya bahasa sarkasme digunakan

⁷ <https://www.merdeka.com/peristiwa/punya-tanggung-jawab-besar-ke-publik-media-harus-netral-di-pemilu-2019.html> diakses pada 30 September 2019 pukul 22:13

oleh Mojok.com sebagai sarana penggambaran terhadap pendukung capres Prabowo Subianto yang diasumsikan jahat, melanggar aturan dan tidak demokratis. Hal ini jelas ditujukan untuk menggiring opini pembaca untuk beranggapan negatif terhadap pendukung capres Prabowo Subianto. Apalagi dengan cara pengisahan yang dramatis bahwa kelompok pendukung wacana #2019GantiPresiden lebih jahat dari setan karena telah melakukan perundungan pada perempuan dan anak-anak hanya karena berbeda pilihan politik, sehingga membuat masyarakat Indonesia terpecah belah.

Padahal pelabelan yang diberikan dengan kata melanggar aturan dan tidak demokratis misalnya tidak secara jelas menunjukkan pada aspek tersebut. Tidak ada hukum yang dilanggar secara resmi, tidak ada penjelasan apa yang dimaksud dengan sikap tidak demokratis dalam tulisan tersebut merujuk pada kelompok #2019GantiPresiden. Artinya, penggunaan satire dalam tulisan justru lebih tampak sebagai sikap sentimen mojok.co atas pilihan politik kelompok lain yang tidak sejalan dengan pilihan mojok.co yang jelas berpihak pada kekuasaan.

Mojok.co juga melakukan pembingkaiian melalui penggunaan kata-kata yang dipilihnya. Hal ini bertujuan mengarahkan pikiran pembaca kepada hal yang dikehendaki Mojok.co, yaitu menentang wacana #2019GantiPresiden. Hal ini nampak ketika Mojok.com menggunakan kata “setan” yang dianggap sebagai representasi kelompok pendukung #2019Ganti Presiden atau pendukung capres Prabowo Subianto. Pilihan kata yang dilakukan oleh Mojok.co penulis interpetasikan sebagai pembentukan realitas yang tidak berdasarkan fakta karena di dunia ini tidak ada yang tahu apa yang dilakukan oleh setan. Hall (1928) dalam Wibowo (2010:122) berpendapat bahwa berkenaan dengan eksistensi media massa, dewasa ini tidak lagi mereproduksi realitas atau tidak lagi menjadi wadah penyalur informasi, tetapi justru

menentukan realitas atau melakukan pembingkaiian melalui pemakaian kata-kata tertentu yang dipilih.⁸

Pelabelan yang diberikan mojok.co atas kelompok #2019GantiPresiden seperti bentuk propaganda media dalam rangka mendukung status quo. Harold D. Lasswell mengatakan propaganda dalam arti yang paling luas adalah teknik memengaruhi tindakan manusia dengan memanipulasi representasi (penyajian). Representasi bisa berbentuk lisan, tulisan, gambar, atau musik.⁹ Sebagai lembaga penyebar informasi kepada khalayak, menurut teori normatif media dalam *Teori Komunikasi Massa McQuail*, tidak dibenarkan media melakukan propaganda karena media sebenarnya ditujukan untuk kepentingan publik, bukan untuk membela kelompok kekuasaan.

Representasi yang disajikan mojok.co dalam sistem penandaan yang dibangun melalui penggunaan satire dalam tulisan menunjukkan bahwa pers tidak lagi bertindak sebagai agent of control atau watchdog dari kekuasaan. Sebaliknya, media justru terlibat dalam membangun opini yang cenderung bersikap sentimen dan sinis atas kritik yang ditujukan kelompok yang mengeritik kekuasaan. Ini tentulah mencederai kepentingan publik yang seharusnya menjadi tanggungjawab sosial media.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa Mojok.co menggunakan satire sebagai cara implisit untuk secara hiperbola atau berlebihan menggambarkan sebuah fakta yang keluar dari konteks pemberitaan. Bahkan bisa jadi jauh dari fakta yang ada di lapangan. Hal ini tampak ketika Mojok.co menggunakan sosok selebritas yang juga sebagai politikus Partai Gerindra untuk membangun citra negatif terhadap pendukung capres Prabowo Subianto dengan menggunakan konteks yang tidak terkait dengan

⁸ Apriadi Jamburaka, *Agenda Setting Media Massa*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2012) h.85

⁹ Werner J, Severin dan James W. Tankurd Jr. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa Edisi ke-5*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group: 2005) h.128

isudanmengarahkewilayahpribadi.Dengankata lain,ada kesengajaan yang dibangun oleh Mojok.co untuk menggunakan isupribadi untuk membangun kesan negatif secara umum terhadap kelompok lain. Padahal fungsi pers seharusnya senantiasa berusaha untuk menempatkan setiap fakta atau kumpulan fakta-fakta menurut proporsinya yang wajar (Severin dan Tankard, 2005).

Penggunaan satire implisit ini penulis interpretasikan bahwa Mojok.co mencederai Kode Etik Jurnalistik pada pasal 1 yang berbunyi “Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk.” dan pasal 3 yang berbunyi, “Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan faktadanopini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah,”.¹⁰

Satire dalam kesusastraan biasanya dituangkan melalui karya tulisan baik berupa novel atau cerita pendek. Dalamsastra, satirisklasik yang terkenal antara lain Aristophanes, Horace, dan Juvenal, diikuti kemudian oleh Rabelais, Defoe, Swift, dan Voltaire (Shadily, 1984:3040).¹¹ Dalam jurnalisme komedi, penggunaan satire dalam bidang jurnalistik kembali populer di abad 21, berawal dari Amerika Serikat yang menggunakan satire dalam acara televisi seperti *The Daily Show with Jon Stewart*. Mojok.co tampaknya ingin mengadopsi satire dengan menggunakan media tulisan.

Dari hasil analisis dapat dilihat bahwa satire yang dilakukan Mojok.co digunakan untuk menggiring opini pembaca untuk mendukung kepentingannya, dalam hal ini media sebagai bisnis. Hal ini sejalan dengan pemikiran AS Haris Sumadiri yang mengatakan, “Persterustumbuh tidak saja sebagai media komunikasi massa secara

profesional, melainkan juga sebagai usaha bisnis.”¹²

Seperti yang dikatakan oleh Malcom X bahwa kekuatan media sungguh luar biasa dalam menggiring opini sesuai dengan keinginan media, seperti dalam pernyataannya “*the media’s the most powerful entity on earth. They save the power to make the innocent guilty and to make the guilty innocent, and that’s power. Because they control the minds of the masses,*”¹³. Dari satire yang diteliti sangat memperlihatkan sikap dan posisi Mojok.

co terhadap kontestasi pilpres 2019, hal ini karena tanda memberikan ciri yang tinggi yang menggambarkan maksud dan posisi media. Dengan tandayang adadalam ketigasampelyang diteliti, terlihat bahwa Mojok.co kontraterhadap gerakan #2019GantiPresiden.

E. KESIMPULAN

Hasil riset ini mengemukakan bahwa penggunaan satire dalam artikel #2019GantiPresiden tidak efektif untuk dapat menjadi alternatif dalam menyajikan informasi mengenai kontestasi pilpres 2019 karena penggunaan satire tidak sesuai dengan kaidah jurnalistik. Penggunaan satire oleh Mojok.co dalam artikel ini tidak berimbang dan netral, dari tandayang dihasilkan memperlihatkan posisinya dalam kontestasi pilpres.

Satire yang dilakukan oleh Mojok.co mengandung unsur sarkasme yang seharusnya tidak digunakan dalam bahasajurnalistik. Mojok.co juga menggunakan satire sebagai alat propaganda untuk mengonstruksi dan menggiring opini pembaca menuju apayang Mojok.com aknai. Mojok.co juga mencederai Pasal 1 dalam Kode Etik Jurnalistik dalam poin “menghasilkan berita yang akurat” dan Pasal 3 dalam poin “tidak mencampurkan fakta dan opini”.

¹⁰ <https://tirto.id/kode-etik-jurnalistik-8Nb> diakses pada 11 September 2019 pukul 15:17

¹¹ AS Haris Sumadiri, *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Featru; Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2008) Cet. Ke-3, h.156

¹² Marhaeni Fajar, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009) h.223

¹³ <https://www.kompasiana.com/teguh01190/5c21930baeebe15d1b63c767/netralitas-media-dalam-kontestasi-politik-2019?page=all> diakses pada 30 September 2019 pukul 12:08

Dari ketiga sampel yang dijadikan bahan penelitian, terlihat polaya yang sama, dimana Mojok.co selalu menempatkan tanda di akhir dari artikel yang merupakan bagian penutup dari sebuah peristiwa yang dilaporkan. Tanda tersebut yang memiliki kekuatan unsur satire dalam artikel yang menjadi praktik dari jurnalisme komedi. Dalam penelitian ini ditemukan satire yang digunakan adalah satire langsung.

Penggunaan satire langsung ditujukan untuk memojokkan pendukung capres Prabowo Subianto. Hal ini secara tidak langsung penulis simpulkan bahwa Mojok.co kontra terhadap gerakan #2019GantiPresiden yang mendukung capres Prabowo Subianto.

DAFTAR PUSTAKA

- Baym, Geoffrey. 2006. *"The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism, Political Communication"*. Taylor & Francis Inc.
- Budiman, Kris. 2011. *Semiotika Visual: Konsep, Isu, dan Problem Ikonitas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jambaruka, Apriadi. 2012. *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kriyanto, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi (Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kusumaningrat, Hikmat. Purnama Kusumaningrat. 2005. *Jurnalistik, Teori, dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Severin, Werner J. James W. Tankurd Jr. 2005. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa Edisi ke-5*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sumbadiria, AS Haris. 2008. *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Featru; Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Suryawati, Indah. 2011. *Jurnalistik Suatu Pengantar; Teori dan Praktik*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Jurnal dan Penelitian**
- Nuryanah, Yanty. 2017. *Satir Dalam Kumpulan Cerpun Kuda Terbang Maria Pinto Karya Linda Christiany dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia*. Jakarta.
- Referensi Pendukung**
- <https://kbbi.web.id/komedidiaksespada8Maret2019pukul15.57>
- <https://kbbi.web.id/satirediaksespada8Maret2019pukul15.59>
- <https://tirto.id/kode-etik-jurnalistik-8Nb> diakses pada 11 September 2019 pukul 15:17
- <https://www.kompasiana.com/teguh01190/5c21930baeebe15d1b63c767/netralitas-media-dalam-kontestasi-politik-2019?page=all> diakses pada 30 September 2019 pukul 12:08
- <https://www.merdeka.com/peristiwa/punya-tanggung-jawab-besar-ke-publik-media-harus-netral-di-pemilu-2019.html> diakses pada 30 September 2019 pukul 22:13