

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif dimulai dengan pendapat, *worldviews*, penggunaan sudut pandang teoritis, dan kajian terhadap permasalahan yang mengarah pada penemuan makna individu atau kelompok serta kondisi manusia pada umumnya (Creswell, 2007, hal. 37).

Pendekatan metode kualitatif yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis wacana Foucauldian. Secara besar analisis wacana Foucauldian mempertanyakan ciri-ciri dunia yang ditempati individu dan didapat dilakukan pada berbagai objek pengamatan selama terdapat suatu makna (Willig, 2013). Analisis wacana Foucauldian yang akan dilakukan mengikuti lima langkah analisis yang diajukan oleh Kendall dan Wickham (1999) pada kajian pustaka sebelumnya.

Tahap pengumpulan data, manajemen data, dan pengelolaan data dilakukan dengan mengikuti prosedur *discourse tracing* (LeGreco & Tracy, 2009), agar proses penelitian ini dapat disusun dan dikerjakan secara sistematis. Ada pun penggunaan aplikasi *coding and qualitative data analysis* (CAQDAS) dalam penelitian, yaitu *MaxQDA* 2018.

B. Pemilihan Data Penelitian

Pemilihan data dilakukan dalam lima grup berikut Baraya Deddy Mizwar-Dedi Mulyadi (sekarang: KI SUNDA WAKIL RAKYAT), Deddy Mizwar-Dedi Mulyadi Nomor 4 Pilihan Kita (sekarang: KI SUNDA MENUJU JABAR 1), Wargi Kang Dedi Mulyadi, JAMRUD (Jaringan Massa Relawan untuk Dedi Mulyadi), dan Laskar Astrajingga. Terdapat beberapa grup lain seperti Wargi Kang Dedi cabang Bandung, Bekasi, Pangandaran dan Tasikmalaya, namun tidak dipilih karena jumlah anggota dan tingkat aktivitas grup yang rendah, serta sudah terwakili oleh grup Wargi Kang Dedi Mulyadi yang saat ini beranggotakan 69.712 pengguna

Facebook. Ada pun grup relawan dan penggemar seperti Sahabat Kang Dedi Mulyadi dan Dedi Mulyadi Center, kedua grup tersebut tidak dipilih karena konten kirimannya tidak diorientasikan untuk kegiatan kampanye, cenderung seperti komunitas dengan informasi seputar silaturahmi antar sesama anggotanya. Sementara grup khusus yang didedikasikan untuk Deddy Mizwar, yaitu Laskar Naga Bonar, tidak eksis sebagai forum diskusi dalam Facebook; kekurangan lainnya dikarenakan grup relawan untuk Deddy Mizwar merupakan grup dari Pilgub sebelumnya ketika beliau berpasangan dengan Ahmad Heryawan.

Di samping pemilihan data penelitian, berikut terdapat profil Dedi Mulyadi, deskripsi grup masing-masing, dan kriteria pemilihan akun pengirim/penulis yang menjadi sumber data. Keterangan dalam profil Dedi Mulyadi dan deskripsi grup merupakan catatan penting untuk uraian dalam bab 4.

1. Profil Dedi Mulyadi

Sebagian besar keterangan di sini bersumber dari buku berjudul *Mengayuh Negeri dengan Cinta* yang ditulis oleh Dedi Mulyadi (2014). Ada pun sejumlah keterangan lain yang diketahui dari artikel simpatisan dan deskripsi grup, terutama mengenai citra dan kepentingannya.

Kang Dedi Mulyadi (KDM) merupakan kandidat calon wakil gubernur yang berpasangan dengan Deddy Mizwar pada Pilgub Jawa Barat tahun 2018 lalu. Pria kelahiran Subang 12 April 1971 ini pernah menjadi Wakil Bupati Purwakarta periode 2003-2008, dan Bupati Purwakarta selama satu dekade sejak tahun 2008. Karier di bidang politiknya juga meliputi jabatan ketua DPD Golkar dan anggota DPRD Purwakarta.

KDM juga tercatat pernah mengikuti sejumlah organisasi sebagai berikut. Pada tahun 1994, menjadi ketua umum Himpunan Mahasiswa Indonesia cabang Purwakarta, dan anggota Senat Mahasiswa STH Purnawarman; Wakil Ketua DPC Federasi Serikat

Pekerja Seluruh Indonesia di tahun 1997; Sekretaris PP SPTSK-KSPSI pada 1998; dan di tahun 2002 menjadi Wakil Ketua GM-FKKPI, Ketua Pimpinan Cabang Pemuda Muslim Indonesia, dan Sekretaris KAHMI Purwakarta. Dedi Mulyadi juga merupakan anggota Paguyuban Pasundan dengan posisi sebagai Dewan Pangaping cabang Purwakarta (Paguyuban Pasundan, 2019).

Selain *track record* dalam bidang politik dan pengalaman berorganisasinya, ada pun sejumlah visi-misi yang relevan dalam konteks kampanye Pilgub Jabar.

- a) Melaksanakan pembangunan daerah dengan landasan religi dan kearifan lokal, untuk meningkatkan kualitas pendidikan, kesehatan, pertanian, industri, perdagangan dan jasa.
- b) Membangun infrastruktur daerah dengan dasar pada asas kearifan lokal dalam semangat perubahan untuk berkompetisi secara global.
- c) Merawat keutuhan lingkungan secara penuh, baik fisik maupun sosial.
- d) Mengelola struktur pemerintahan secara optimal demi kepuasan pelayanan publik, dan mendukung potensi kewirausahaan juga kesejahteraan rakyat.

Dalam kampanye, simpatisan menyertakan beberapa informasi tentang *track record* KDM seperti jabatannya sebagai mantan bupati Purwakarta, keterangan tentang keanggotaan dalam HMI, dan kebijakan berbasis kearifan lokalnya. Dengan berbagai pertimbangan, simpatisan juga memberi julukan untuk KDM sebagai ‘Ki Sunda’ atau ‘orang Sunda yang berjuang’, dan ‘Siliwangi *jaman kiwari*’ atau ‘Siliwangi zaman sekarang’. Keterangan dalam profil di

atas juga dapat ditemukan dalam deskripsi grup Baraya pada seksi selanjutnya.

2. Deskripsi Grup

Deskripsi grup Facebook yang dapat dikumpulkan untuk keperluan penelitian ini terdiri bersumber dari grup Baraya, Deddy-Dedi, dan Laskar Astrajingga. Keterangan dalam deskripsi grup akan diperhatikan sebagai *rupture point* dalam analisis di Bab 4. Secara berurutan, berikut uraian deskripsi masing-masing grup.

a) Deskripsi Grup Baraya

Bentuk dukungan kepada tokoh Sunda asli, H. Dedi Mulyadi, S.H. Bupati Kabupaten Purwakarta selama 2 (Dua) periode. Yang telah berprestasi membangun Kabupaten Purwakarta di berbagai sektor, sehingga Purwakarta menjadi daerah Istimewa layak sebagai Kabupaten percontohan di Indonesia, yang sukses membangun dalam keterbatasan anggaran untuk menjadi Gubernur Jawa Barat Priode 2018-2023.

H. Dedi Mulyadi, S.H. Si Anak desa peraih berbagai penghargaan atas semua prestasi dan pemikirannya yang saat ini menjabat Bupati Kab. Purwakarta sejak 2013, dan saat ini menjabat juga sebagai Ketua DPD I Golkar Jawa Barat Periode 2016-2021, Si Anak Desa yang pernah berpidato di PBB (Perserikatan Bangsa Bangsa) pada tahun 2015 ketika dunia internasional ingin mengetahui visi-misinya sebagai pemimpin muda dalam membangun daerahnya dan ketika itu juga salam Assalamualaikum sebagai salamnya orang Muslim dan *Sampurasun* sebagai salamnya orang Sunda di sampaikan di depan peserta sidang dari seluruh dunia. H. Dedi Mulyadi merupakan Birokrat, Politisi, Tokoh yang memiliki karakter, cerdas dan visioner. Kang Dedi Mulyadi yang dikenal juga sebagai budayawan, benar-benar

menjulang tinggi nilai-nilai luhur Budaya Sunda tidak sekedar retorika belaka, tapi benar-benar dijalankan dalam kehidupan sehari-harinya dalam menjalankan roda pemerintahan di Kab. Purwakarta. Kang Dedi telah menerapkan sistem pemerintahan yang transparan, berani merombak sistem Birokrasi yang rumit agar tidak berbelit-belit, murah dan bersih.

H. Dedi Mulyadi memiliki keberanian dalam menegakkan prinsip pemikirannya yang bersumber dari kearifan lokal Sunda dan Pancasila. Beliau adalah seorang Budayawan Sunda dan seorang Nasionalis yang teguh dalam bersikap meski dihujat, difitnah, didemo bahkan sampai diancam dipenggal oleh kelompok pembencinya.

#dedimulyadi7abar1

b) Deskripsi Grup Dedy-Dedi

Didedikasikan untuk mendukung Pasangan Nomor 4 DEDDY-DEDI di PILGUB JABAR 2018. Semua kiriman kita ke grup ini baik itu berita, foto, video dan opini semoga dapat menggiring masyarakat Jawa Barat untuk memilih

pasangan Nomor 4 Deddy-Dedi pada tanggal 27 Juni 2018 nanti. (DKS)

CEPAT TANPA HARUS SALING
MENDAHULUI

TINGGI TANPA HARUS SALING MELEBIHI

#deddydedi4jabar #deddymizwar #deddydedi #dedimulyadi
#DM4Jabar #JabarSajajar #jabar4all #pilihankita
#bekerjauntukmelayani

c) Deskripsi Grup Laskar Astrajingga

Segala sesuatu isi yang dikirim ke grup ini menjadi tanggung jawab pengirim yang bertanggung jawab. *No Hoax, No Sara, No Fitnah, No porno.*

3. Kriteria Akun Pengirim

Pertama-tama peneliti memeriksa kesesuaian anggota grup dengan kriteria yang ditentukan di bawah ini, serta meninjau seberapa aktif anggota grup sepanjang masa kampanye. Pemeriksaan yang dilakukan pertama meninjau apakah admin dan moderator terlibat aktif dalam mengirimkan kiriman atau tidak. Selanjutnya, pemeriksaan terhadap anggota grup tidak dilakukan secara menyeluruh dengan meninjau keaktifan anggota yang telah bergabung sejak tahun 2017. Mengingat banyaknya anggota yang perlu diperhatikan, maka pemeriksaan yang dilakukan memanfaatkan fungsi pencarian dalam Facebook. Mesin pencari dalam grup Facebook akan menunjukkan kiriman-kiriman populer pada rentang waktu tertentu (dimulai dari Februari sampai Juni 2018). Kata kunci yang digunakan adalah '2018' dan 'Dedi Mulyadi' agar tidak merujuk pada konten tertentu.

Data yang dipilih dalam penelitian ini pertama-tama ditentukan dari kelayakan akun pengirim. Kelayakan tersebut berdasarkan status keanggotaan dan keaslian akun. Selengkapnya,

lihat dalam kriteria pemilihan akun berdasarkan status keanggotaan di bawah ini. Akun pengirim yang sesuai dengan kriteria yang disebutkan di bawah dapat dilihat dalam tabel 3.1 di akhir seksi ini.

- a) Akun yang dipilih berasal dari akun yang bergabung dengan grup Baraya (sekarang: KI SUNDA WAKIL RAKYAT), Deddy-Dedi (sekarang: KI SUNDA MENUJU JABAR 1), Wargi Kang Dedi Mulyadi, JAMRUD (Jaringan Massa Relawan Untuk Dedi Mulyadi), dan Laskar Astrajingga.
- b) Akun yang bergabung telah dibuat minimal sejak tahun 2017.
- c) Akun yang dipilih telah bergabung ke dalam grup antara masa prakampanye tahun 2017 sampai paling lambat pada akhir bulan Februari (mengingat grup Deddy-Dedi dibuat pada tanggal 6 Januari 2018).
- d) Akun yang bergabung harus terlibat aktif dari masa prakampanye hingga masa kampanye tanggal 15 Februari 2018 hingga pemilihan di tanggal 27 Juni 2018, keaktifan tersebut diketahui dari pengiriman status secara berkala dan keterlibatan dalam komentar.
- e) Artikel, status, atau blog dihasilkan oleh akun yang aktif mengirimkan postingannya ke dalam grup, sekurang-kurangnya aktif dalam satu grup.
- f) Akun pengirim mengikuti fanspage kandidat calon gubernur/calon wakil gubernur yang didukungnya (@DemizJabar & @DediMulyadi1971).
- g) Akun pengirim mengikuti fanspage relawan dan timses resmi, sesama simpatisan dalam grup, ataupun memiliki fanspage yang dikelola sendiri untuk kepentingan kampanye (seperti, @bekerjauntukmelayani, @SahabatKangDedi71,

@GolkarNgahiji, @pemudadesa84, @pemudadesajabar, @Sajajar2018)

- h) Akun yang termasuk sebagai anggota grup sekurang-kurangnya turut menyebarkan kode etik yang harus dipatuhi sebagai sesama anggota grup sekaligus simpatisan, sebagai contoh kode etik kampanye berbasis filosofi *silas*, dan larangan-larangan terhadap penyebaran kampanye hitam.
- i) Akun real, bukan *bot*, dapat diperiksa dengan melihat kembali data-data yang bisa diperiksa dalam profil.

Berikut hal-hal yang perlu diperhatikan dalam memeriksa keaslian akun Facebook berdasarkan catatan seorang admin (Żmigrodzki, 2016) dan artikel majalah *online* (Tynan, 2012).

- a) Akun palsu cenderung menggunakan nama tokoh terkenal seperti atlet, politikus, model, dan sebagainya. Sedangkan akun asli pada umumnya menggunakan nama panggilan, pseudonim, atau nama yang disingkat, di samping nama sesungguhnya.
- b) Foto profil akun palsu umumnya menggunakan foto model, foto seorang diri, orang dalam foto tampak berpakaian resmi atau dalam seting formal (misalnya jas, seragam militer, terlihat berjabatan tangan dengan pengusaha), dan secara teknis tampak terlalu profesional untuk foto profil. Sedangkan foto akun asli terlihat tidak terlalu baik secara teknis pengambilan gambar, foto menampilkan anggota keluarga, foto diambil dari perkumpulan keluarga/komunitas, dan dalam seting sehari-hari, meskipun tidak menutup kemungkinan menggunakan foto-foto karakter fiksi, model, binatang peliharaan, atau benda-benda tertentu.
- c) Tidak terdapat konten yang dibagikan akun palsu dalam linimasanya, atau jika terdapat *user generated content*, maka

konten tersebut terlihat memiliki jumlah *like* yang tampak fantastis, atau memiliki konten yang berhubungan dengan akun *bot* lainnya.

- d) Bila terlihat, tanggal pembuatan akun bot tampak dibuat baru-baru ini.
- e) Memiliki sedikit jumlah teman yang sama.
- f) Tidak akan merespon pesan yang dikirimkan.

Tabel 3.1

Daftar Akun Pengirim yang Memenuhi Kriteria

No	Nama Akun	Grup serta Tanggal Bergabung	Fanspage yang diikuti/dikelola
1	Deden Kurnia Subrata (penulis artikel)	- Baraya (15 Desember 2015) - Deddy-Dedi (6 Januari 2018) - Wargi Kang Dedi Mulyadi (31 Desember 2015) - Laskar Astrajingga (31 Desember 2017)	Kandidat cagub/cawagub: - @DemizJabar - @DediMulyadi1971 Kelompok relawan/timses: - @GolkarNgahiji - @SahabatKangDedi71 - @Sajajar2018 - SKD-Kabupaten-karawang Portal berita: - @KOMPAScom - @kumparancom - @liputan6online - @MDKcom - @SuaraPembaruan - @TempoMedia - @tribunnews - @vivacoid - SUARA-MERDEKA-CYBERNEWS Komunitas budaya Sunda: - @sundaismeculture - KEMPELAN-PARIBASA-SUNDA Pribadi/simpatian lain: - @DKSSubrata - @Soedrajat89
2	Jaladara Alum Manah (penulis artikel & penyebar artikel)	- Baraya (10 November 2017) - Deddy-Dedi (23 Februari 2018) - Wargi Kang Dedi Mulyadi (22 November 2017)	Kandidat cagub/cawagub: - @DemizJabar - @DediMulyadi1971 Kelompok relawan/timses: - @BaladKangDedi71 - @GolkarNgahiji - @SahabatKangDedi71 - @Sajajar2018 Portal berita: - @CNNIndonesia - @detikcom

			<ul style="list-style-type: none"> - @KOMPAScom - @kumparancom - @jabarnews - @liputan6online - @MDKcom - @PurwakartaPost - @sindonews - @TempoMedia - @TirtoID - @tribunjabar
			<p>Komunitas budaya Sunda:</p> <ul style="list-style-type: none"> - @JabarSejati - @sundaismeculture
			<p>Pribadi/simpatian lain:</p> <ul style="list-style-type: none"> - @DKSSubrata - @Soedrajat89 - Jaladara-Alum-Manah
3	Ramadhan Dhan (penyebarkan artikel)	<ul style="list-style-type: none"> - Baraya (8 Oktober 2017) - Deddy-Dedi (14 April 2018) - Warga Kang Dedi (6 Juni 2017) 	<p>Kandidat cagub/cawagub: @DediMulyadi1971</p> <p>Kelompok relawan/timses:</p> <ul style="list-style-type: none"> - @BaladKangDedi71 - @bekerjauntukmelayani - @GolkarNgahiji - @SahabatKangDedi71 <p>Portal berita:</p> <ul style="list-style-type: none"> - @CNNIndonesia - @kumparancom - @liputan6online - @SampurasunJabar <p>Komunitas budaya Sunda:</p> <ul style="list-style-type: none"> - @JabarSejati - Urang-Purwakarta <p>Pribadi/simpatian lain: -</p>
4	Abaah Rudolfo (penulis artikel)	<ul style="list-style-type: none"> - Baraya (29 November 2017) - Deddy-Dedi (24 Februari 2018) - Warga Kang Dedi Mulyadi (29 November 2017) 	<p>Kandidat cagub/cawagub:</p> <ul style="list-style-type: none"> - @DediMulyadi1971 - @DemizJabar <p>Kelompok relawan/timses:</p> <ul style="list-style-type: none"> - @bekerjauntukmelayani - @GolkarNgahiji - @pemudadesajabar - @SahabatKangDedi71 - Bagea-Kang-Dedi - Relawan-DUODM <p>Portal berita:</p> <ul style="list-style-type: none"> - @Bagea-Jabar - @wayar.id <p>Komunitas budaya Sunda:</p> <ul style="list-style-type: none"> - @GetihSunda0 - @sundaismeculture - JatiDiri-SUNDA - SUNDA-Ngahiji <p>Pribadi/simpatian lain:</p> <ul style="list-style-type: none"> - @dennyzsiregar - @radinazara13 - @Soedrajat89

			- Abah-rudolfo - Jaladara-Alum-Manah
5	Mahya Lengka (penulis artikel)	- Deddy-Dedi (6 Januari 2018) - JAMRUD (10 Maret 2018) - Wargi Kang Dedi Mulyadi (1 Agustus 2017)	Kandidat cagub/cawagub: - @DemizJabar - @DediMulyadi1971 Kelompok relawan/timses: - @BaladKangDedi71 - @bekerjauntukmelayani - @pemudadesa84 - @pemudadesajabar - @radinazara13 - @SahabatKangDedi71 - @Sajajar2018 - @wargiKangDedi - SKD-Kabupaten-karawang Portal berita: - @aswajanumedia - @Bagea-Jabar - @KOMPAScom - @Limawaktunews - @redaksindo - @sewordcom - @situsresminu Komunitas budaya Sunda: - @haringanginpeuting - @sundakuringjatiaing - @urangsundangahiji - Dangieng-Jabar - URANG-SUNDA Pribadi/simpatian lain: - @Soedrajat89
6	Yudi Wiguna (penulis artikel)	- Deddy-Dedi (25 Februari 2018) - Wargi Kang Dedi Mulyadi (2017)	Kandidat cagub/cawagub: - @DediMulyadi1971 Kelompok relawan/timses: - @SahabatKangDedi71 Portal berita: - Komunitas budaya Sunda: - Pribadi/simpatian lain: -
7	Asep Saefullah Saefullah (penyebar artikel)	Deddy-Dedi (25 Februari 2018)	Kandidat cagub/cawagub: - @DediMulyadi1971 Kelompok relawan/timses: - Portal berita: - Komunitas budaya Sunda: - Pribadi/simpatian lain: -
8	Sri Handayani (penyebar artikel)	- Baraya (21 Desember 2017) - Deddy-Dedi (2 Februari 2018)	Kandidat cagub/cawagub: - @DemizJabar - @DediMulyadi1971 Kelompok relawan/timses: - @BaladKangDedi71 - @bekerjauntukmelayani - @pemudadesa84 - @SahabatKangDedi71 - @Sajajar2018

				<ul style="list-style-type: none"> - Bagea-Kang-Dedi - SKD-Kabupaten-karawang
				Portal berita: <ul style="list-style-type: none"> - @Bagea-Jabar - @kumparancom - @MDKcom - @tribunjabar - @www.tribun.tv
				Komunitas budaya Sunda: - Pribadi/simpatian lain: <ul style="list-style-type: none"> - @dennyzsiregar - @DKSsubrata - @radinazara13 - @Soedrajat89
9	Aming Soedrajat (penulis artikel)	Wargi Kang Dedi Mulyadi (15 Oktober 2016)	Kandidat cagub/cawagub: <ul style="list-style-type: none"> - @DemizJabar - @DediMulyadi1971 	
			Kelompok relawan/timses: <ul style="list-style-type: none"> - @BaladKangDedi71 - @bekerjauntukmelayani - @GolkarNgahiji - @SahabatKangDedi71 - @Sajajar2018 - Relawan-DUODM 	
			Portal berita: <ul style="list-style-type: none"> - @detikcom - @jakpost - @Kesatudotco - @KOMPAScom - @KOMPASIANAcom - @kumparancom - @liputan6online - @RMOLJabar - @sewordcom - @TempoMedia - @tribunjabar 	
			Komunitas budaya Sunda: <ul style="list-style-type: none"> - @bumidegasundaacademyid - @JabarSejati - @sadulursalemburjabar - All-About-Sunda - SUNDA-Ngahiji - URANG-SUNDA 	
			Pribadi/simpatian lain: <ul style="list-style-type: none"> - @dennyzsiregar - @kangadebarkah - @Soedrajat89 - Jaladara-Alum-Manah 	
10	Porta Kabayan (penulis artikel)	Wargi Kang Dedi Mulyadi (3 Januari 2017)	Kandidat cagub/cawagub: <ul style="list-style-type: none"> - @DediMulyadi1971 	
			Kelompok relawan/timses: Portal berita: - Komunitas budaya Sunda: - Pribadi/simpatian lain: -	

C. Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode dokumenter, yaitu pengumpulan data yang dilakukan untuk data historis (Bungin, 2007). Data yang dikumpulkan berupa literatur, yaitu teks berita *online* yang berjumlah 12 teks, dan bahan dokumen yang tersimpan di media sosial Facebook berupa blog dan status dengan total 65 teks. Seluruh data dokumen tersebut merupakan jenis data nonformal atau tidak terstruktur, seperti halnya teks narasi pribadi pada umumnya, jenis teks semacam ini memberi lebih banyak kebebasan bagi peneliti untuk menganalisisnya (Trotsuk, 2015). Selain itu, justru jenis data nonformal seperti ini yang dianjurkan untuk dianalisis dengan pendekatan analisis wacana (lihat juga Edwards, 1997; Willig, 2013).

User generated content yang termasuk sebagai artikel merupakan tulisan yang dikirim simpatisan dengan panjang minimal dua paragraf. Namun tidak serta merta tulisan yang termasuk sebagai artikel terbatas dalam bentuk uraian seperti esai. Akan tetapi, berupa tulisan-tulisan yang memuat pokok pikiran dalam frasa, fragmen kalimat, kalimat, atau proposisi yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi paragraf, walaupun tidak tersusun seperti paragraf. Dengan kata lain, dalam satu paragraf, kalimat memuat satu gagasan pokok dan kalimat lainnya memuat gagasan pelengkap. Sehingga pertimbangannya adalah keberadaan gagasan pokok dan pelengkap, yang tentunya dapat memungkinkan bentuk tulisan seperti aforisme, poin-poin dengan kalimat pembuka dan penutup, bait puisi, *highlight* berita, dan kutipan percakapan dapat dipilih sebagai artikel.

Hal tersebut dimaksudkan supaya peneliti dapat meninjau strategi retorik yang tidak hanya terbatas pada konten teks semata, tetapi juga gaya penulisan dan cara-cara simpatisan mengonstruksi suatu opini atau wacana dalam kampanye. Berdasarkan kebutuhan ini, maka ada pula kriteria artikel secara fungsi yang perlu dipertimbangkan di samping kriteria secara bentuk dan strukturnya. Pertama, apabila teks yang dikirim berbentuk esai, dapat

dikatakan sebagai artikel apabila rangkaian kalimatnya memiliki salah satu atau semua fungsi berikut, argumentatif (teks memiliki sejumlah proposisi yang dimaksudkan untuk mendemonstrasikan suatu gagasan, mengkritisi ataupun mengevaluasi suatu isu kampanye), deskriptif (teks dengan kalimat-kalimat yang memaparkan ciri-ciri pasangan kandidat nomor 4 ataupun keadaan pada saat kampanye), dan naratif (teks dengan kalimat yang menceritakan pengalaman simpatisan, pengalaman pasangan kandidat, ataupun kejadian tertentu sepanjang masa kampanye).

Kedua, apabila teks yang dikirim berbentuk poin dan seperti bait puisi, dapat dianggap sebagai artikel apabila frasa atau kalimatnya ditujukan untuk memframing perhatian, mempersuasi, dan menggugah perasaan tertentu bagi pembacanya. Fungsi framing tersebut dapat dilihat dari perhatian pengirim terhadap konten dalam tautan berita yang kemudian dijadikan *caption* dalam bentuk kutipan percakapan atau *highlight*. Fungsi persuasi dapat ditinjau dari sekumpulan poin yang meyakinkan pembaca untuk ikut mendukung atau mengafirmasi pasangan 2DM sebagai pilihan tepat. Terakhir, fungsi untuk menggugah perasaan, khususnya untuk teks dalam bentuk bait puisi, harus dapat menunjukkan ungkapan yang memotivasi sesama simpatisan untuk berkampanye.

Tulisan yang tidak termasuk sebagai artikel di antaranya status, *caption*, dan komentar. Pada umumnya, dua jenis *user generated content* yang disebutkan pertama lebih sering ditemukan sebagai kalimat yang jarang dikembangkan sampai menjadi suatu paragraf yang koheren dan utuh. *Caption* tidak dapat dipilih terutama apabila dibuat untuk keterangan gambar atau video yang dikirimkan, baik yang ditulis secara langsung oleh simpatisan mau pun yang dituliskan oleh halaman yang dikirim simpatisan. Sedangkan mengenai komentar, tidak dapat dihitung sebagai artikel meskipun memenuhi definisi sebelumnya mengingat bergantung pada postingan yang dikomentari, dan kesulitan dalam menentukan proporsi antara frekuensi berkomentar maupun kualitas komentar satu komentator dengan komentator lainnya di dalam grup.

Namun dalam kondisi tertentu, *caption* dapat diperhatikan guna mempertimbangkan apakah suatu artikel dapat dipilih atau tidak. Dalam kasus ini, *caption* tersebut harus memuat refleksi simpatisan atas kiriman yang dibagikannya, memuat jargon kampanye, atau merupakan *highlight* artikel yang dikutip agar diperhatikan oleh sesama simpatisan. Sekali lagi, bukan *caption* yang terkait dengan gambar atau video (termasuk video liputan berita yang disiarkan melalui Youtube), tetapi *caption* yang terkait dengan teks yang dapat memenuhi kriteria sebagai artikel.

Di samping ketentuan secara struktural dan teknis, di bawah ini terdapat kriteria tematik yang perlu diperhatikan dalam pemilihan artikel. Kriteria tersebut dikembangkan pertama-tama dari deskripsi grup Baraya, Deddy-Dedi, dan Laskar Astrajingga, sementara grup Jamrud dan WKD tidak memiliki deskripsi. Dalam deskripsi grup Baraya, hal pertama yang akan dipelajari oleh publik tentang siapa itu Dedi Mulyadi adalah ‘tokoh Sunda asli’ sebelum jabatannya sebagai Bupati Purwakarta sebagaimana yang tertulis dalam paragraf pertama. Hal semacam ini ditemukan kembali pada paragraf kedua, yaitu pandangan terhadap Dedi Mulyadi sebagai pribadi yang disebutkan sebagai ‘anak desa’ mendahului jabatannya di pemerintahan. Hal lain yang dibicarakan dalam deskripsi tersebut di antaranya kesungguh-sungguhan Dedi Mulyadi dalam menjalankan tugasnya sebagai aparat pemerintah sekaligus seorang pribadi yang berpegang pada kearifan lokal Sunda dan Pancasila, serta keterangan mengenai sejumlah *track record* beliau. Pada deskripsi grup Deddy-Dedi, secara langsung mengungkapkan misi dan prinsip dalam berkampanye sebagai berikut, “menggiring masyarakat Jawa Barat untuk memilih pasangan Nomor 4 Deddy-Dedi pada tanggal 27 Juni 2018”, dan “CEPAT TANPA HARUS SALING MENDAHULUI//TINGGI TANPA HARUS SALING MELEBIHI”. Terakhir, deskripsi grup Laskar Astrajingga tidak menunjukkan keterangan apa pun mengenai eksistensi kelompok mereka, namun menekankan tanggung jawab pribadi atas kiriman dan aturan mengenai apa yang tidak boleh dikirim, “*No Hoax, No Sara, No Fitnah, No porno*”.

Melalui perhatian pada apa yang dikemukakan dalam tiap deskripsi grup tersebut, diharapkan artikel yang dipilih untuk diteliti dapat menjelaskan seperti apa wacana sebagai praktik sosial yang terjadi pada masa kampanye Pilgub Jawa Barat 2018 berdasarkan aktivitas kampanye yang dilakukan dengan kesadaran akan siapa Dedi Mulyadi (tokoh Sunda asli, anak desa, mantan bupati Purwakarta, dan calon wakil gubernur), bagaimana menggiring masyarakat untuk memilih pasangan nomor 4, dan apa saja konten yang harus dihindari selama berkampanye oleh sesama simpatisan. Dengan begitu, konten yang dikirim pada masa kampanye (15 Februari sampai 27 Juni 2018) diharapkan menunjukkan salah satu atau seluruh narasi dalam kampanye seperti kepentingan kampanye (mengapa masyarakat harus memilih pasangan nomor 4?), praktik kampanye (bagaimana seharusnya kampanye yang dilakukan untuk pasangan nomor 4?), dan citra paslon (seperti apa simpatisan menggambarkan pasangan Deddy Mizwar dan Dedi Mulyadi di dalam kampanyenya?). Ada pun beberapa hal lain yang berkenaan dengan praktik kampanye yang perlu diperhatikan saat memilih artikel, yaitu:

- Artikel yang dikirim pada masa kampanye dapat dipilih jika memuat jargon kampanye pasangan 2DM (*“jeder”, “pat gulipat nomor opat pasti dapat”, “urang lembur jadi gubernur”, “deudeuhan”, dan “sajajar/jabar sajajar”*).
- Khusus artikel yang dikirim pada masa prakampanye dipilih berdasarkan kriteria sebelumnya, yaitu keterangan mengenai adanya kode etik tertentu dalam berkampanye, memuat penjelasan mengenai narasi kampanye (kepentingan kampanye, praktik kampanye, dan citra paslon), dan berbagai gagasan yang kemudian diterapkan menjadi jargon kampanye. Artikel pada masa ini dapat digunakan sebagai rujukan tambahan.

Berikut rangkuman keseluruhan kriteria di atas beserta kriteria tambahan yang tidak tercantum sebelumnya.

1. Artikel merupakan teks yang tersusun sebanyak minimal 2 paragraf yang terdiri atas satu kalimat pokok dan kalimat pelengkap pada masing-masing paragrafnya.
2. Apabila akun pengirim terlibat di tiga sampai lima grup simpatisan, maka artikel yang dipilih adalah artikel yang disebar dalam tiga grup sampai lima grup. Pertimbangan ini ditentukan atas dasar bahwa artikel tersebut memiliki publisitas yang lebih luas dan kemungkinan besar diketahui oleh lebih banyak simpatisan.
3. *Caption* berupa highlight dapat dipilih apabila berkaitan dengan tautan berita atau salinan artikel berita, sehingga menjadi persyaratan bagi artikel berita untuk diperhitungkan sebagai artikel dalam konteks penelitian ini. Keutamaan dari *highlight* tersebut adalah adanya keterangan untuk urgensi yang hendak disampaikan oleh simpatisan, dibandingkan dengan artikel berita yang hanya berupa salinan atau tautan saja.
4. Artikel dapat berbentuk uraian seperti esai yang terdiri dari uraian argumentatif (mengandung serangkaian proposisi, penyimpulan, dan ditujukan untuk menganalisis atau mendemonstrasikan suatu isu), uraian deskriptif (menjelaskan ciri-ciri atau apa-apa yang membentuk suatu topik dalam kampanye, misalnya penampilan kandidat dan peristiwa dalam kampanye), dan naratif (menceritakan suatu peristiwa yang dialami oleh tokoh beserta latar belakang waktu yang melingkupinya).
5. Artikel dapat berbentuk seperti kumpulan aforisme, bait puisi, atau poin apabila frasa atau kalimatnya merupakan gagasan yang relawan dengan aktivitas dan isu kampanye.
6. Artikel dipilih apabila memiliki konten berupa salah satu atau semua topik berikut, citra paslon, kepentingan, dan praktik kampanye.
7. Artikel dipilih jika memuat berbagai ekspresi jargon kampanye termasuk dalam bentuk tagar yang memudahkan pencarian pada kiriman-kiriman yang mencantumkan tagar tersebut.

D. Analisis Data

Kerangka kerja analisis dalam penelitian ini dilakukan melalui teknik *discourse tracing*, yaitu prosedur untuk identifikasi, interpretasi, penyusunan, dan penerimaan suatu wacana ke dalam praktik diskursif di tingkat makro, meso, atau pun mikro (LeGreco & Tracy, 2009). Berikut uraian mengenai empat tahap dalam *discourse tracing* yang dilakukan dalam penelitian ini.

1. Desain Riset

Dalam penelitian ini, wacana yang didefinisikan mengikuti definisi menurut Foucault (2012, hal. 196-7), “diskursus dibentuk oleh suatu kelompok susunan tanda-tanda, sejauh makna ini menjadi pernyataan, yakni sejauh mereka bisa ditunjukkan oleh modalitas-modalitas eksistensi tertentu.” Titik tolak lain yang perlu diperhatikan adalah ‘*rupture point*’, yaitu bentuk aktivitas yang berpotensi menyusun atau mengubah keseluruhan praktik diskursif (LeGreco & Tracy, 2009). *Rupture point* yang teridentifikasi ialah keterangan mengenai aktivitas kampanye yang tertera dalam deskripsi grup di antaranya, 1) “Bentuk dukungan kepada tokoh Sunda asli.” (Baraya); 2) “menggiring masyarakat Jawa Barat untuk memilih pasangan Nomor 4 Deddy-Dedi” (Deddy-Dedi); 3) “tanggung jawab pengirim yang bertanggung jawab” (Laskar Astrajingga).

2. Manajemen Data

Berikut ini tiga fase manajemen data dalam kerangka *discourse tracing* menurut LeGreco & Tracy (2009).

- Tugas 1 (pengumpulan data), pada tahap ini peneliti mengumpulkan 37 artikel yang kemudian dikelompokkan berdasarkan tingkat wacananya, yaitu makro apabila artikel memiliki konteks yang lebih luas seperti artikel dari surat kabar dan buku populer; meso, dengan artikel yang bersumber

dari halaman relawan resmi; dan terakhir, mikro, yaitu artikel yang ditulis simpatisan sendiri, dan tidak dibagikan ke halaman relawan resmi.

- Tugas 2 (penyusunan data secara kronologis), peneliti membagi data ke dalam tiga kelompok urutan kronologis, yaitu masa prakampanye, masa kampanye, dan masa pascakampanye. Hasilnya dapat dilihat dalam tabel 4.2 *chronological ordering*.
- Tugas 3 (pembacaan data secara tertutup), untuk mencari tahu wacana apa yang dihilangkan, disembunyikan, atau dilupakan, maka dilakukan pembacaan dengan memperhatikan kata kunci, penggunaan tagar, serta daftar objek pengamatan yang dapat digunakan untuk mengarahkan analisis teks kampanye. Pembacaan terhadap kata kunci dapat dilihat dalam tabel data bahasa 4.4, sementara untuk objek pengamatan dapat dilihat dalam tabel model analisis wacana 3.3.

3. Analisis Data

Prosedur analisis wacana Foucauldian yang dilakukan mengacu pada lima langkah analisis menurut Kendall & Wickham (1998), 1) mengidentifikasi *statement* sebagai suatu keseluruhan tatanan yang terorganisir; 2) mengidentifikasi aturan yang mengorganisir tatanan *statement*; 3) identifikasi mengenai aturan yang memperluas ranah mengenai apa yang dapat dikatakan; 4) identifikasi aturan yang menciptakan ruang untuk memungkinkan *statement* baru untuk dibuat; 5) identifikasi aturan yang membuktikan bahwa suatu praktik bersifat materil sekaligus diskursif.

Langkah-langkah analisis tersebut diterapkan ke dalam model analisis wacana Foucauldian yang dikembangkan oleh peneliti melalui asumsi dasar mengenai wacana sebelumnya, yaitu sebagai rangkaian tanda-tanda bermakna yang kemudian merupakan

suatu *statement* yang memunculkan eksistensi sesuatunya (Foucault, 2012). Selanjutnya, dengan bertolak dari asumsi dasar tersebut, model analisis ini diarahkan untuk mengungkapkan wacana Foucault sebagai satu-satunya cara untuk mengetahui realitas, mengenai apa yang dikatakan sebagai kebenaran, dan bagaimana individu diproduksi sebagai subjek atau objek (Lubis, 2014). Singkatnya, apa yang memungkinkan suatu praktik diskursif setelah diketahuinya aturan-aturan dan modalitas yang memformulasikan suatu wacana. Berikut tabel 3.2 mengenai unit analisis yang menjadi fokus pada penelitian ini.

Tabel 3.2
Model Analisis Wacana

Jenis Wacana	Komponen	Unit Analisis	Uraian
Wacana Politik (kampanye)	Teks	<p><i>Statement</i> (apa-apa yang termasuk dalam deskripsi, bentuk definisi atau label; uraian yang mengandung hubungan antara yang ‘kata’ dan ‘hal’)</p> <p>Bentuk-bentuk <i>statement</i> menurut Foucault:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kalimat - Proposisi - Fragmen kalimat - Tabel atau pun tanda-tanda - Proposisi dalam bentuk rumusan <p><i>Episteme</i> (struktur ‘bawah sadar’ yang melandasi</p>	Bagaimana bahasa menghasilkan sesuatu atau objek yang seakan-akan terlihat seperti apa adanya, sesuatu yang seakan ‘sudah dari sananya’.

	produksi pengetahuan)	
<i>Stakeholder</i>	Kepentingan, relasi antara individu dengan institusi, kekuasaan, atau partisipan.	Bagaimana campur tangan kekuasaan dalam memproduksi wacana dan seperti apa praktik sosial yang menjadi strategi penyebarannya.
Konteks	Latar belakang historis <i>statement</i> , tempat (institusi), kondisi sosial.	Bagaimana suatu objek dalam wacana dapat terkonstitusi seperti dalam teks melalui penelusuran terhadap transformasi praktik diskursif dari waktu ke waktu.

Komponen seperti teks, partisipan, dan konteks merupakan bagian dari keseluruhan formasi wacana. Namun berdasarkan teknik *discourse tracing* yang digunakan sebelumnya, komponen yang akan dianalisis secara khusus adalah ‘konteks’ yang memperhatikan perubahan praktik kampanye. Unit analisis yang akan diperhatikan adalah ‘kondisi sosial’, secara khusus, meliputi peristiwa-peristiwa yang dibicarakan dalam artikel kampanye, dan bagaimana keterangan tertentu dalam peristiwa tersebut dapat mengantisipasi suatu pernyataan dalam artikel lainnya. Di samping latar belakang waktu, hal yang diperhatikan dalam peristiwa adalah berbagai hal yang dapat didefinisikan sebagai *shared knowledge* dalam sudut pandang *sharing a community*: “artefak cara pandang, gaya hidup, nilai, dan pengetahuan yang dihasilkan secara turun-temurun” (Stahl & Hesse, 2009).

Uraian mengenai apa yang perlu diperhatikan pada *shared knowledge* sebagai objek pengamatan yang terdiri dari *cultural knowledge*, *mutual knowledge*, dan *pragmatic intersubjectivity* dapat dilihat dalam tabel di bawah ini.

Tabel 3.3
Model Analisis dan Objek Pengamatannya

Komponen	Unit Analisis	Objek Pengamatan	Uraian
Konteks	Kondisi Sosial	<i>Cultural knowledge</i>	Sesuatu yang diketahui secara umum, atau dianggap sudah diketahui, mengenai pandangan dunia (Edwards, 1997). Dalam artikel kampanye, <i>cultural knowledge</i> dapat ditemukan sebagai kearifan lokal Sunda dan hal-hal dalam ajaran Islam.
		<i>Mutual Knowledge</i>	Topik dalam interaksi yang dianggap sebagai diketahui secara bersama oleh para pelakunya (Edwards, 1997). <i>Mutual knowledge</i> dalam artikel kampanye teridentifikasi sebagai jargon, slogan kampanye, dan pernyataan KDM yang diketahui secara luas. Oleh karena itu, hal yang termasuk <i>pragmatic intersubjectivity</i> sebelumnya dapat menjadi sumber <i>mutual knowledge</i> .
		<i>Pragmatic intersubjectivity</i>	Pengetahuan bersama mengenai suatu praktik; topik bersama, kapan dan bagaimana cara membicarakannya (Edwards, 1997). <i>Pragmatic intersubjectivity</i> dalam artikel kampanye terdiri dari sejumlah kutipan pendapat dari KDM atau tokoh tertentu.

4. Evaluasi

Berikut ini pertimbangan dalam mengevaluasi penelitian diskursif menurut LeGreco & Tracy (2009). Pertimbangan tersebut adalah implikasi teoritis dan praktis. Umumnya pada implikasi teoritis kesimpulan dari suatu kasus diharapkan dapat digeneralisasikan ke berbagai kasus yang identik. Akan tetapi dalam

penelitian diskursif cenderung mengedepankan *transferability* dan *parameter setting*. Sedangkan, implikasi praktis penelitian ini berupa solusi praktis yang ditemukan dari studi.

Transferability merupakan pemahaman akan keterbatasan hasil penelitian untuk dianggap universal tetapi dapat beresonansi dengan wawasan pembaca (LeGreco & Tracy, 2009). Langkah lebih jauh dari transfer teoritis merupakan *parameter setting*. Di mana peneliti berupaya menjelaskan konteks dan mengubah abstraksi teoritis di dalamnya menjadi gambaran umum. Bentuk evaluasi lain yang diharapkan dari tindakan tersebut adalah kritik dari peneliti lain yang mengajukan pertanyaan mengenai asumsi teoritis yang dilibatkan dalam penelitian.