

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN, ANALISIS, DAN PEMBAHASAN

4.1 Temuan Penelitian

Dalam meneliti tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014, peneliti telah menemukan data yang sesuai dengan objek penelitian yang akan diteliti. Di mana hal utama dari penelitian ini pada dasarnya, menggambarkan citra ataupun kredibilitas yang baik dari salah satu calon presiden pada kampanye Capres RI No. 2 di media sosial *Facebook* pada Pilpres 2014 dengan mengusung tema revolusi mental. Tema tersebut sebagai alat untuk memenangkan calon Presiden dan mendapatkan perhatian dari publik untuk memilih Jokowi – JK sebagai pasangan ideal Presiden tahun 2014 tersebut. Tema revolusi mental sebagai bentuk strategi kandidat Presiden untuk menciptakan perhatian dan daya tarik bagi publik atau masyarakat sebagai pemilih.

Tema revolusi mental pada kampanye salah satu bentuk kekuatan dari pasangan Jokowi – JK yang diusung oleh tim sukses untuk memenangkan sampai pasangan tersebut menjadi Presiden Periode 2014 sampai 2019 yang terbentuk akibat dari pemberitaan di media massa yang diciptakan. Media massa harus memiliki sifat yang tidak memihak, tetapi pada saat ini unsur komersialisme ataupun ada unsur kepentingan dalam membela saah satu kandidat semakin mendominasi, sehingga keseimbangan berita sulit dijaga.

Setelah mengamati tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial *Facebook* pada Pilpres 2014, beberapa potongan berita yang sudah tersebar di *Facebook* milik akun Jokowi dan tim suksesnya telah didokumentasikan akan diteliti berdasarkan analisis wacana Theo Van Leeuwen di mana penulis bisa mengetahui perspektif atau cara pandang media ketika menyeleksi dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif ini pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan hendak dihilangkan, dan hendak dibawa kemana berita tersebut.

Selanjutnya, peneliti akan melakukan analisis berita yang dimuat di media sosial *Facebook* pada Pilpres 2014 milik Jokowi dan tim suksesnya yang bertema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 pada Pilpres 2014. Maka dari hal tersebut penulis ingin mengetahui pemberitaan tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial *Facebook* pada Pilpres 2014 dengan analisis wacana Theo Van Leeuwen di mana penulis di mana penulis hanya menekankan pada Exclusion yang lebih menggambarkan strategi aktor (seseorang atau kelompok) dikeluarkan dalam pemberitaan yang lebih ditekankan pada tiga tahap, yaitu : 1. Pasivasi, 2. Nominalisasi, 3. Pergantian anak kalimat.

4.1.1 Elemen Pasivasi

4.1.1.1 Elemen Pasivasi dalam Pemberitaan Program Nyata Pemerintah Jokowi Jika jadi Presiden di Facebook Edisi 20 Juni 2014

Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan tinjauan dari elemen pasivasi dari analisis wacana model Theo Van Leeuwen berdasarkan teks dalam laporan berita utama *Facebook* Indonesia Rumah Rakyat yang diusung oleh tim sukses Jokowi terkait tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di

media sosial *Facebook* pada Pilpres 2014. Sebelum dianalisis lebih dalam mengenai elemen pasivasi. Penulis akan merangkai hasil temuan berdasarkan pasivasi, agar lebih jelasnya berikut di bawah ini :

Tabel 4.1
Elemen Pasivasi (Pemberitaan Program Nyata Pemerintah Jokowi Jika jadi Presiden di Facebook Edisi 20 Juni 2014)

Elemen Pasivasi	Contoh dalam Laporan Utama Program Nyata Pemerintah Jokowi Jika jadi Presiden di Facebook Edisi 20 Juni 2014	Perspektif Pasivasi dalam Program Nyata Pemerintah Jokowi Jika jadi Presiden di Facebook Edisi 20 Juni 2014
Aktif	Program nyata pemerintahan Joko Widodo dan Jusuf Kalla bila kelak menerima mandat rakyat sebagian besar mengangkat kesejahteraan rakyat, terutama para petani (Paragraf 1)	Dalam kalimat pertama, berita disajikan dalam bentuk kalimat aktif. Di sini aktor Jokowi –JK disajikan dalam teks.
Pasif	Program nyata dari kandidat No. 2 bila diberikan mandat jadi Presiden akan mengangkat kesejahteraan terutama petani	Sebaliknya, dalam kalimat kedua aktor tersebut hilang dalam pemberitaan sebab yang lebih dipentingkan dalam pemberitaan adalah objek.
Aktif	Demi petani, secara tegas, sebagaimana yang disampaikan Jokowi dalam konferensi pers di Bandung, Kamis 3 Juli 2014, ia dan JK akan memprioritaskan, "Program kepemilikan tanah pertanian untuk 4,5 juta kepala keluarga," kata Jokowi (Paragraf 3)	Dalam paragraf 3, berita disajikan dalam bentuk kalimat aktif. Di sini aktor Jokowi –JK disajikan dalam teks secara tegas menyampaikan visi dan misi dari revolusi mental.
Pasif	Kandidat No. 2 menegaskan akan memprioritaskan, "Program kepemilikan tanah pertanian untuk 4,5 juta kepala keluarga	Sebaliknya, dalam kalimat kedua aktor tersebut hilang dalam pemberitaan sebab yang lebih dipentingkan dalam pemberitaan adalah objek.

4.1.1.2 Elemen Pasivasi

Tabel 4.2
Elemen Pasivasi (Pemberitaan Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekadar Wacana Kebijakan di Facebook Edisi 30 Juni 2014)

Elemen Pasivasi	Contoh dalam Laporan Utama Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekadar Wacana Kebijakan di Facebook Edisi 30 Juni 2014	Perspektif Pasivasi dalam Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekadar Wacana Kebijakan di Facebook Edisi 30 Juni 2014
Aktif	Di sini kita lihat satu bicara wacana kebijakan satu bicara pelaksanaan, ujar Anies memberikan penjelasan mengenai visi Jokowi yang bergerak pada level implementasi. (Paragraf 4)	Dalam kalimat pertama, berita disajikan dalam bentuk kalimat aktif. Di sini aktor Jokowi –JK disajikan dalam teks.
Pasif	Tim sukses memaparkan penjelasan visi kandidat No. 2 yang bergerak pada level implementasi	Sebaliknya, dalam kalimat kedua aktor tersebut hilang dalam pemberitaan sebab yang lebih dipentingkan dalam pemberitaan adalah objek.
Aktif	Justru kunjungan ke pasar membuktikan keberpihakan pada rakyat kecil tidak bisa dilakukan dari gedung-gedung, harus turun langsung," ungkap Anies mengenai kegiatan Jokowi yang kerap mengunjungi pasar tradisional (Paragraf 6)	Dalam paragraf 6, berita disajikan dalam bentuk kalimat aktif. Di sini aktor Jokowi –JK disajikan dalam teks secara tegas menyampaikan visi dan misi dari revolusi mental.
Pasif	Keberpihakan kandidat No. 2 pada rakyat tidak bisa dilakukan di gedung-gedung melainkan harus turun langsung, ujar tim sukses No. 2 mengenai kandidatnya yang kerap blusukan.	Sebaliknya, dalam kalimat kedua aktor tersebut hilang dalam pemberitaan sebab yang lebih dipentingkan dalam pemberitaan adalah objek.

4.1.2 Elemen Nominalisasi

4.1.2.1 Elemen Nominalisasi dalam Pemberitaan Program Nyata Pemerintah Jokowi Jika jadi Presiden di Facebook Edisi 20 Juni 2014

Selanjutnya, elemen kedua yaitu nominalisasi dari analisis wacana model

Theo Van Leeuwen berdasarkan teks dalam laporan berita utama *Facebook*

Indonesia Rumah Rakyat yang diusung oleh tim sukses Jokowi terkait tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial *Facebook* pada Pilpres 2014. Sebelum dianalisis lebih dalam mengenai elemen nominalisasi. Penulis akan merangkai hasil temuan berdasarkan pasivasi, agar lebih jelasnya berikut di bawah ini:

Tabel 4.3
Elemen Nominalisasi (Pemberitaan dalam Pemberitaan Program Nyata Pemerintah Jokowi Jika jadi Presiden di Facebook Edisi 20 Juni 2014)

Elemen Nominalisasi	Contoh dalam Laporan Utama Program Nyata Pemerintah Jokowi Jika jadi Presiden di Facebook Edisi 20 Juni 2014	Perspektif Nominalisasi dalam Program Nyata Pemerintah Jokowi Jika jadi Presiden di Facebook Edisi 20 Juni 2014
Verba	Pemerintah baru Jokowi- JK akan mendukung lahirnya para petani muda	Strategi kata kerja pemberitaan
Nominalisasi	Para petani sudah lama tertinggal dalam laju pembangunan di negeri ini. Usia petani kian menua, sebanyak 8,26 juta berusia 54 tahun ke atas, sedangkan usia 45-54 tahun sebanyak 6,5 juta orang. Jumlah petani muda kian menipis. Tak ada jalan lain, pemerintah baru akan mendukung lahirnya para petani muda (Paragraf 7)	Nominalisasi tidak membutuhkan subjek karena pada dasarnya adalah proses mengubah kata kerja yang bermakna tindakan ataupun kegiatan
Verba	Jokowi - JK berjanji akan melakukan rehabilitasi jaringan irigasi yang rusak terhadap 3 juta hektar lahan pertanian.	Strategi kata kerja pemberitaan
Nominalisasi	Selama ini, pembangunan praktis tak terlalu berpihak kepada petani. Bayangkan, di tahun 2013, sebanyak 52 persen jaringan irigasi di provinsi utama penghasil beras rusak. Untuk itulah, kandidat No. 2 berjanji akan melakukan rehabilitasi jaringan irigasi yang rusak terhadap 3 juta hektar lahan pertanian (Paragraf 10)	Nominalisasi tidak membutuhkan subjek karena pada dasarnya adalah proses mengubah kata kerja yang bermakna tindakan ataupun kegiatan

4.1.2.2 Elemen Nominalisasi

Tabel 4.4
Elemen Nominalisasi (Pemberitaan Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekadar Wacana Kebijakan di Facebook Edisi 30 Juni 2014)

Elemen Nominalisasi	Contoh dalam Laporan Utama Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekadar Wacana Kebijakan di Facebook Edisi 30 Juni 2014	Perspektif Nominalisasi dalam Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekadar Wacana Kebijakan di Facebook Edisi 30 Juni 2014
Verba	Pasangan Jokowi – JK akan fokus pada pelaksanaan bukan sekadar wacana kebijakan.	Strategi kata kerja pemberitaan
Nominalisasi	Masyarakat saat ini bisa melihat mana pasangan yang fokus pada pelaksanaan bukan sekadar wacana kebijakan (Paragraf 1)	Nominalisasi tidak membutuhkan subjek karena pada dasarnya adalah proses mengubah kata kerja yang bermakna tindakan ataupun kegiatan
Verba	Manajemennya pasar tradisional harus diperbaiki., tetapi juga harus dibedakan manajemen bagus dengan mewah. Yang ingin dilakukan manajemennya diperbaiki bukan dibuat mewah," tutup Anies sebagai tim sukses Jokowi – JK	Strategi kata kerja pemberitaan
Nominalisasi	Manajemennya pasar tradisional harus diperbaiki., tetapi juga harus dibedakan manajemen bagus dengan mewah. Yang ingin dilakukan manajemennya diperbaiki bukan dibuat mewah (Paragraf 7)	Nominalisasi tidak membutuhkan subjek karena pada dasarnya adalah proses mengubah kata kerja yang bermakna tindakan ataupun kegiatan

4.1.3 Elemen Penggantian Anak Kalimat

4.1.3.1 Elemen Penggantian Anak Kalimat dalam Pemberitaan Program Nyata Pemerintah Jokowi Jika Jadi Presiden di Facebook Edisi 20 Juni 2014

Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan tinjauan dari elemen penggantian anak kalimat dari analisis wacana model Theo Van Leeuwen

berdasarkan teks dalam laporan berita utama Facebook Indonesia Rumah Rakyat yang diusung oleh tim sukses Jokowi terkait tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial *Facebook* pada Pilpres 2014. Sebelum dianalisis lebih dalam mengenai elemen penggantian anak kalimat. Penulis akan merangkai hasil temuan berdasarkan penggantian anak kalimat, agar lebih jelasnya berikut di bawah ini :

Tabel 4.5
Elemen Penggantian Anak Kalimat (Pemberitaan dalam Pemberitaan Program Nyata Pemerintah Jokowi Jika jadi Presiden di Facebook Edisi 20 Juni 2014)

Elemen Penggantian Anak Kalimat	Contoh dalam Laporan Utama Program Nyata Pemerintah Jokowi Jika jadi Presiden di Facebook Edisi 20 Juni 2014	Perspektif Penggantian Anak Kalimat dalam Program Nyata Pemerintah Jokowi Jika jadi Presiden di Facebook Edisi 20 Juni 2014
Tanpa Anak Kalimat	Pemerintah baru Jokowi- JK akan mendukung lahirnya para petani muda	Strategi kata kerja pemberitaan
Anak Kalimat	Para petani sudah lama tertinggal dalam laju pembangunan di negeri ini. Usia petani kian menua, sebanyak 8,26 juta berusia 54 tahun ke atas, sedangkan usia 45-54 tahun sebanyak 6,5 juta orang. Jumlah petani muda kian menipis. Tak ada jalan lain, pemerintah baru akan mendukung lahirnya para petani muda (Paragraf 7)	Nominalisasi tidak membutuhkan subjek karena pada dasarnya adalah proses mengubah kata kerja yang bermakna tindakan ataupun kegiatan
Tanpa Anak Kalimat	Jokowi - JK berjanji akan melakukan rehabilitasi jaringan irigasi yang rusak terhadap 3 juta hektar lahan pertanian.	Strategi kata kerja pemberitaan
Anak Kalimat	Selama ini, pembangunan praktis tak terlalu berpihak kepada petani. Bayangkan, di tahun 2013, sebanyak 52 persen jaringan irigasi di provinsi utama penghasil beras rusak. Untuk itulah, kandidat No. 2 berjanji akan melakukan rehabilitasi jaringan irigasi yang rusak terhadap 3 juta hektar lahan pertanian (Paragraf 10)	Nominalisasi tidak membutuhkan subjek karena pada dasarnya adalah proses mengubah kata kerja yang bermakna tindakan ataupun kegiatan

Tabel 4.6
Elemen Penggantian Anak Kalimat (Pemberitaan Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekadar Wacana Kebijakan di Facebook Edisi 30 Juni 2014)

Elemen Penggantian Anak Kalimat	Contoh dalam Laporan Utama Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekadar Wacana Kebijakan di Facebook Edisi 30 Juni 2014	Perspektif Penggantian Anak Kalimat dalam Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekadar Wacana Kebijakan di Facebook Edisi 30 Juni 2014
Tanpa Anak Kalimat	Pasangan Jokowi – JK akan fokus pada pelaksanaan bukan sekedar wacana kebijakan.	Strategi kata kerja pemberitaan
Anak Kalimat	Masyarakat saat ini bisa melihat mana pasangan yang fokus pada pelaksanaan bukan sekedar wacana kebijakan (Paragraf 1)	Nominalisasi tidak membutuhkan subjek karena pada dasarnya adalah proses mengubah kata kerja yang bermakna tindakan ataupun kegiatan
Tanpa Anak Kalimat	Manajemennya pasar tradisional harus diperbaiki., tetapi juga harus dibedakan manajemen bagus dengan mewah. Yang ingin dilakukan manajemennya diperbaiki bukan dibuat mewah," tutup Anies sebagai tim sukses Jokowi – JK	Strategi kata kerja pemberitaan
Anak Kalimat	Manajemennya pasar tradisional harus diperbaiki., tetapi juga harus dibedakan manajemen bagus dengan mewah. Yang ingin dilakukan manajemennya diperbaiki bukan dibuat mewah (Paragraf 7)	Nominalisasi tidak membutuhkan subjek karena pada dasarnya adalah proses mengubah kata kerja yang bermakna tindakan ataupun kegiatan

4.1.4 Draft Wawancara Mengenai Tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014

Tabel 4.7
Draff Wawancara Pertanyaan Penelitian

Tujuan Penelitian	Pertanyaan Penelitian
<p>1. Bagaimana tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014 dilihat dari konteks pasivasi</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apasaja yang dibahas dalam tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014? 2. Apakah dalam tema tersebut menciptakan persaingan dengan kandidat dari pasangan Prabowo-Hatta? 3. Dalam berita tersebut apakah citra Jokowi ditonjolkan ? 4. Seperti apa sih citra Jokowi ditonjolkan? 5. Apakah nama-nama tim sukses di dalam berita tersebut di tonjolkan? 6. Bagaimanapandangan Andatentang ideologi Revolusi Mental yang diterapkan oleh Jokowi - JK?
<p>2. Bagaimana tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014 dilihat dari konteks nominalisasi?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dalam membuat berita tentang Revolusi Mental di Facebook ada kata-kata yang disamakan untuk mengkritik pasangan Prabowo atau Presiden SBY ? 2. Kalaupun ada seperti apa bahasa yang digunakan dalam menghilangkan bahasa untuk Prabowo atau SBY tersebut? 3. Dalam Pembahasan mengenai Revolusi Mental apakah ada pembahasan lain salah satu contohnya membahas tentang keadaan atau kondisi pada situasi presiden SBY? 4. Bagaimana cara menghilangkan bahasa atau kata yang menyindir kandidat Prabowo atau SBY? 5. Apa yang membedakan antara berita Facebook dan berita seperti di TV atau media cetak?

Tujuan Penelitian	Pertanyaan Penelitian
3. Bagaimana tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014 dilihat dari konteks pergantian anak kalimat?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seperti apa sih pergantian subjek dari Jokowi dalam membangun Revolusi Mental untuk diinformasikan kepada masyarakat? 2. Apakah dalam pembahasan selalu menggunakan bahasa metafora? 3. kenapa pada saat menciptakan berita tersebut harus menggunakan bahasa metafora? 4. Bagaimana pandangan Anda, tentang bahasa metafora yang digunakan dalam pemberitaan mengenai Revolusi Mental? 5. Siapa saja yang menjadi redaksi atau yang terlibat pada pemberitaan di facebook mengenai Revolusi Mental?

4.1.5 Hasil Wawancara Mengenai Tema Revolusi Mental dalam Kampanye Capres RI No. 2 di Media Sosial Facebook pada Pilpres 2014

A. Narasumber 1 (Bapak Deden Darmansyah)

Konteks Pasivasi

1. Apa saja yang dibahas dalam tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014 ?

Sebelum itu kita menjabarkan dulu 3 poin dari Revolusi Mental itu sendiri. Menjabarkan visi tentang Revolusi Mental itu seperti *To Unlearn* (Meninggalkan pandangan lama yang menjadi kendala penyelesaian krisis), *To Relearn* (Menghidupkan lagi pandangan lama yang masih jelas dan akurat) dan *To Learn* (Mempelajari, menguasai dan mempraktikkan pandangan baru). Nah baru itu kita buat berita di *group* facebook tentang “Anies Baswedan: Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekedar Wacana Kebijakan”, Di mana kita sebagai tim sukses memaparkan tentang visi Capres RI No. 2 Jokowi-JK yang mau bergerak ke level implementasi, Keberpihakan Jokowi-JK pada rakyat kecil tidak bisa dilakukan dari gedung ke gedung, tetapi harus turun langsung ke masyarakat, oleh karena itu Capres RI No. 2 melakukan kegiatan blusukan dari pasar ke pasar agar melihat langsung keluhan si rakyat itu sendiri.

2. Apakah dalam tema tersebut menciptakan persaingan dengan kandidat dari pasangan Prabowo-Hatta?

Di sini kita tidak menciptakan persaingan dengan pasangan Prabowo-Hatta karena di dalam berita di facebook kita tidak membahas persaingan, tetapi lebih memaparkan visi Capres RI No. 2 tersebut. Karena kita tidak ada niatan untuk menciptakan persaingan tersebut di dalam berita facebook salah satu contohnya ketika kita sebagai tim sukses memberikan judul “Anies Baswedan: Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekedar Wacana”

3. Dalam berita tersebut apakah citra Jokowi di tonjolkan ?

Ya memang kita sebagai tim sukses beliau lebih menonjolkan citra Capres RI No. 2 di dalam berita facebook “Anies Baswedan: Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekedar Wacana” dari segi visi si Jokowi-JK tersebut. Kita sebagai tim sukses JKW4P 2 memberikan penjelasan mengenai visi JKW4P yang bergerak pada level implementasi.

4. Seperti apa sih citra Jokowi di tonjolkan?

Yang kita tonjolkan citra dari Capres RI No. 2 seperti pemberitaan visi Capres RI No. 2 bergerak pada level implementasi, keberpihakan Capres RI No. 2 pada rakyat kecil, sering melakukan kegiatan blusukan dari pasar ke pasar serta Capres RI No. 2 ingin melakukan revitalisasi manajemen pasar tradisional menjadi lebih bagus manajemennya.

5. Apakah nama-nama tim sukses di dalam berita tersebut di tonjolkan?

Ya memang kita menonjolkan tim sukses kita. Karena kita tim sukses dari Indonesia Rumah Rakyat maka kita tonjolkan nama *group* facebook dan twitter dari Indonesia Rumah Rakyat tersebut.

6. Bagaimana pandangan Anda tentang ideologi Revolusi Mental yang diterapkan oleh Jokowi – JK?

Pandangan saya sebagai tim sukses mengenai Revolusi Mental Capres RI No. 2 yaitu *To Unlearn* (Meninggalkan pandangan lama yang menjadi kendala penyelesaian krisis), *To Relearn* (Menghidupkan lagi pandangan lama yang masih jelas dan akurat) dan *To Learn* (Mempelajari, menguasai dan mempraktikkan pandangan baru).

Konteks Nominalisasi

- 1. Dalam membuat berita tentang Revolusi Mental di Facebook ada kata-kata yang disamakan untuk mengkritik pasangan Prabowo atau Presiden SBY ?**

Sebenarnya kita tidak ada mengkritik pasangan Prabowo atau Presiden SBY itu sendiri. Di sini kita lihat satu bicara wacana kebijakan satu lagi bicara tentang pelaksanaan di dalam berita facebook “Anies Baswedan: Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekedar Wacana”

- 2. Kalaupun ada seperti apa bahasa yang digunakan dalam menghilangkan bahasa untuk Prabowo atau SBY tersebut?**

Di sini kami tidak menyudutkan persaingan Prabowo atau menyudutkan pemerintahan sebelumnya, tetapi di sini kita memberitakan di facebook tentang visinya JKW4P yang bergerak pada level implementasi. Yang kita bahas itu tentang bicara pelaksanaannya bukan sekedar wacana kebijakannya saja.

- 3. Dalam Pembahasan mengenai Revolusi Mental apakah ada pembahasan lain salah satu contohnya membahas tentang keadaan atau kondisi pada situasi presiden SBY?**

Nah kita di sini bukan membahas tentang kondisi situasi di jaman Presiden SBY saja tetapi kita juga membahas kondisi di mana selama 15 tahun banyak masalah-masalah muncul bukan karena kebijakannya, tetapi karena pelaksanaannya. Dari situ masyarakat bisa melihat mana pasangan yang fokus pada pelaksanaan bukan sekedar wacana kebijakan saja.

- 4. Bagaimana cara menghilangkan bahasa atau kata yang menyindir kandidat Prabowo atau SBY?**

Di sini kita tekankan tidak ada unsur menyindir dan menjatuhkan kandidat Prabowo atau pemerintahan sebelumnya.

- 5. Apa yang membedakan antara berita Facebook dan berita seperti di TV atau media cetak?**

Yang membedakan di media facebook yaitu Citizen Journalism. Mereka bisa mengkritik di *group* facebook kita melalui *add comment* berbeda dengan berita di TV hanya melalui via telephone yang hanya sekedar ingin mengkritik kebijakan visi misi Capres RI No. 2 dan butuh proses panjang.

Konteks Pergantian Anak Kalimat

- 1. Seperti apa sih pergantian subjek dari Jokowi dalam membangun Revolusi Mental untuk di informasikan kepada masyarakat?**

Saya kira masyarakat saat ini sudah bisa melihat mana pasangan yang fokus pada pelaksanaan bukan sekedar wacana kebijakan.

- 2. Apakah dalam pembahasan selalu menggunakan bahasa metafora?**

Kalau membahas bahasa metafora atau kiasan kita tidak memakai bahasa tersebut. Di sini kita membahas mengenai visi misi Revolusi Mental kepada masyarakat.

- 3. Kenapa pada saat menciptakan berita tersebut harus menggunakan bahasa metafora?**

Tidak ada bahasa metafora, tetapi lebih bahasa penyederhanaan supaya masyarakat lebih mengerti mengenai Visi Misi Revolusi Mental

- 4. Bagaimana pandangan Anda, tentang bahasa metafora yang digunakan dalam pemberitaan mengenai Revolusi Mental?**

Seperti yang tadi saya jawab pertanyaan no. 3 kita tekankan tidak ada bahasa metafora di dalam pemberitaan di facebook tersebut tetapi kita lebih mengaplikasikan bahasa penyederhanaan supaya masyarakat lebih mengerti mengenai Visi Misi Revolusi Mental di dalam berita facebook.

- 5. Siapa saja yang menjadi redaksi atau yang terlibat pada pemberitaan di facebook mengenai Revolusi Mental?**

Yang terlibat dalam pembuatan pemberitaan di facebook mengenai Revolusi Mental yaitu dari Facebook Indonesia Rumah Rakyat sebagai tim sukses dari kandidat Capres RI no. 2

B. Wawancara dengan narasumber 2 (Bapak Mujib)

Konteks Pasivasi

- 1. Apa saja yang dibahas dalam tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014 ?**

Biasanya yang kami bahas di media jejaring sosial itu sendiri adalah peta politik dari visi dan misi si Revolusi Mental itu sendiri. Biasanya itu Revolusi Mental itu ada 3 poin. Yang pertama meninggalkan pandangan lama, yang kedua menghidupkan kembali pandangan lama yang masih

jelas dan akurat dan yang ketiga Mempelajari, menguasai dan mempraktikkan pandangan baru. Terus selain itu juga selain visi misi yang dituangkan di pemberitaan di facebook itu sendiri. Peran penting tim sukses kami bagaimana caranya pembentukan Jokowi agar lebih diterima baik oleh masyarakat itu sendiri.

2. Apakah dalam tema tersebut menciptakan persaingan dengan kandidat dari pasangan Prabowo-Hatta?

Kalau berbicara tentang persaingan secara politik itu persaingan hanya sebatas persaingan di dalam visi dan misi saja. Karena visi dan misi seperti Jokowi ataupun Prabowo sangat berbeda. Prabowo seperti apa kalau Jokowi kan lebih ke menyoroti tentang Revolusi Mental itu sendiri. Nah kalau dijelaskan dalam pemberitaan tidak ada persaingan bahkan menyudutkan pihak Prabowo itu sendiri.

3. Dalam berita tersebut apakah citra Jokowi di tonjolkan ?

Kalau berbicara tentang citra iya memang kami sebagai tim sukses atau sebagai teks yang di produksi oleh kami itu sendiri adalah memang membangun citra Jokowi itu sendiri. Karena bangunan citra Jokowi itu sangat menguntungkan bagi pihak kami untuk menstimulus masyarakat supaya masyarakat lebih memilih. Lebih bisa memilih lebih bisa beropini lebih bisa berpandangan bahwa terhadap si Jokowi itu sendiri. Karena kan yang kita tahu melalui berdasarkan voting dan sebagainya, memang untuk hari ini masyarakat lebih menyoroti Jokowi itu sendiri pas waktu menjadi Gubernur Jakarta. Karena pada waktu itu memang masyarakat sangat senang sekali karena sifat Jokowi yang rendah hati yang terus berjalan dan sebagainya. Itu yang kami angkat itu yang menjadi brand citra yang benar-benar ditonjolkan. Memang jujur saja kalau tim sukses memang membangun citra yang baik supaya Jokowi dikenal di kalangan masyarakat secara luas.

4. Seperti apa sih citra Jokowi di tonjolkan?

Nah yang ditonjolkan yaitu tadi yang ditonjolkan adalah bagaimana kinerja yang dia lakukan kan. Kalau di dalam pemberitaan ini salah satu contohnya adalah kalau di sini penonjolan salah satu tim sukses dari kami beranggapan bahwasanya Jokowi sering kali blusukan dan sebagainya seperti itu.

5. Apakah nama-nama tim sukses di dalam berita tersebut di tonjolkan?

Ya memang harus ditonjolkan karena kami kan tim sukses. Kalau berbicara tentang tim sukses itu harus ditonjolkan. Nah di sini tim suksesnya adalah mempunyai wadah. Salah satu wadahnya adalah IRR. Itu

jadi *group* fb kami adalah IRR. Itu tim sukses Jokowi yang terus mendukung Jokowi dan terus menyebarkan informasi mengenai Revolusi Mental atau memberitakan tentang Visi Misi Revolusi Mental dari Jokowi itu sendiri berdasarkan aplikasi di lapangan seperti apa.

6. Bagaimana pandangan Anda tentang ideologi Revolusi Mental yang diterapkan oleh Jokowi – JK?

Pandangan saya sebagai tim sukses Jokowi itu sendiri adalah bagus. Karena itu bisa merubah paradigma lama dalam artian pandangan lama atau kebiasaan lama kebudayaan lama menjadi sesuatu hal yang bisa menciptakan perubahan perubahan. Di mulai dari sifat feodalisme yang harus ditinggalkan dirubah dengan sesuatu hal yang baru. Modernisasi dan sebagainya pandangan baru. Yang kedua adalah budaya kerja keras karena Jokowi kan orangnya kerja keras dan sebagainya. Itu yang mengakibatkan kenapa saya tertarik dengan Revolusi Mental.

Konteks Nominalisasi

1. Dalam membuat berita tentang Revolusi Mental di Facebook ada kata-kata yang disamakan untuk mengkritik pasangan Prabowo atau Presiden SBY ?

Sebenarnya kalau berbicara tentang pengkritikan ada kata2 yang menyinggung pasangan Prabowo atau pemerintahan sebelumnya. Salah satu contohnya adalah di sini di dalam berita ini sudah jelas kan “Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekedar Wacana Kebijakan” gitu. Di sini sudah jelas bahwasanya ini adalah kritik otokritik terhadap pemerintahan SBY. Bahwasanya tidak hanya sekedar wacana kalau ada masalah dalam masyarakat itu sendiri, tetapi langsung bergerak gitu, itu maksudnya. Makanya ini adalah bagian dari kritik otokritik dari pemerintahan SBY. Bahwasanya pemerintahan Jokowi, kalau nanti Jokowi menang itu tidak seperti halnya pemerintahan sekarang jadi langsung bergerak langsung bekerja keras langsung kerja kerja kerja dan kerja.

2. Kalaupun ada seperti apa bahasa yang digunakan dalam menghilangkan bahasa untuk Prabowo atau SBY tersebut?

Nah di sini sudah jelas bahasa yang ditonjolkan dalam judul saja ”Jokowi Bicara tentang Pelaksanaan, Tak Sekedar Wacana Kebijakan”. Di sini sudah ditonjolkan bahwasanya Jokowi mah langsung melaksanakan bukan hanya sekedar wacana kebijakan gitu. Salah satu contohnya kalau berbicara tentang nominalisasi adalah kan kata kerja, salah satu contohnya adalah ”Kunjungan ke pasar membuktikan keberpihakan pada rakyat kecil tidak bisa dilakukan dari gedung-gedung, harus turun ke jalan atau ke

tempat, ungkap Anies mengenai kegiatan Jokowi yang kerap mengunjungi pasar tradisional”. Di sini sudah dijelaskan bahwasanya pe-an kata kerja, kata kerja di sini adalah bisa berbicara tentang keberpihakan atau bisa berbicara tentang kegiatan bisa termasuk konteks nominalisasi itu sendiri. Atau selain itu juga ada juga contoh lainnya adalah ” Manajemennya pasar tradisional harus diperbaiki., tetapi juga harus dibedakan manajemen bagus dengan mewah. Yang ingin dilakukan manajemennya diperbaiki bukan dibuat mewah” begitu. Nah di sini sudah dijelaskan kalau berbicara tentang nominalisasi ini berbicara tentang praktik di lapangan pe-an. Kata kerja Jokowi di sini adalah dia selalu melakukan pekerjaan secara langsung tanpa harus wacana lagi dan sebagainya. Itu maksudnya kalau berbicara lagi tentang nominalisasi.

3. Dalam Pembahasan mengenai Revolusi Mental apakah ada pembahasan lain salah satu contohnya membahas tentang keadaan atau kondisi pada situasi presiden SBY?

Ya memang benar, kalau dalam setiap pemberitaan pasti. Nah salah satu contohnya ini kan sudah jelas bahwasanya justru ketika pemerintahan SBY itu banyak masyarakat yang menilai bahwasanya SBY kurang terjun ke lapangan bahkan dan sebagainya. Hanya mengontrol di gedung saja dan sebagainya. Berbeda dengan Jokowi, Jokowi kalau nanti menang ini pasti terjun langsung. Itu maksudnya perbedaan ini adalah sebuah bentuk kritik wacana.

4. Bagaimana cara menghilangkan bahasa atau kata yang menyindir kandidat Prabowo atau SBY?

Nah kalau berbicara tentang yang menyindir itu tadi kalau dengan judul berita udah jelas ”Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekedar Wacana Kebijakan”. Itu sudah jelas sekali itu menggambarkan bahwasanya itu kritik terhadap kebijakan pemerintahan sekarang dengan lawan kandidat dari Prabowo itu sendiri seperti itu. Kalau menghilangkan bahasa itu teks yang diproduksi oleh tim sukses Jokowi di sini itu tidak menggunakan bahasa-bahasa kotor atau bahasa-bahasa yang menyinggung, melainkan bahasa-bahasa atau kata-kata yang lebih mengkritisi secara pelaksanaan dan kinerja gitu. Bukan bahasa sarkas dan sebagainya karena di dalam pemberitaan tidak ada bahasa sarkas dan sebagainya. Tidak bahasa yang menjelekan dan sebagainya., tetapi ini kritik berdasarkan praktik, kritik berdasarkan apa yang telah dilakukan oleh Jokowi dan apa yang telah dilakukan oleh si pemerintahan itu sendiri.

5. Apa yang membedakan antara berita Facebook dan berita seperti di TV atau media cetak?

Ya udah jelas bahwasanya Facebook itu lebih cepat. Apalagi sekarang di jaman konvergensi ini masyarakat memang lebih baik melihat berita di internet seperti di Facebook dibandingkan dengan berita di koran ataupun di tv itu sendiri. Karena di facebook itu lebih mudah, kalau tidak sesuai atau tidak sepakat di *comment* dikritik secara langsung. Kalau dia mendukung, mendukung secara langsung, ditulis secara langsung oleh si masyarakat itu sendiri. Nah itu yang disebut *Citizen Journalism* tadi. Masyarakat bisa menulis apapun juga, atau masyarakat bisa beropini apapun juga secara langsung kepada berita yang disampaikan oleh pihak kami. Berbeda dengan TV, kalau TV kan ini berbicara tentang ada prosesnya. Kita melihat, tetapi belum tentu secara langsung kita mengkritisi. Bahkan kalau pun itu pasti di saring dulu berbeda dengan di facebook. Terus kalau di media cetak juga sama lama prosesnya. Itu maksudnya perbedaan.

Konteks Pergantian Anak Kalimat

1. Seperti apa sih pergantian subjek dari Jokowi dalam membangun Revolusi Mental untuk di informasikan kepada masyarakat?

Kalau berbicara tentang pergantian anak kalimat ini berbicara tentang bagaimana caranya menggantikan nama Jokowi-JK calon dengan nama lain, salah satu contohnya adalah ya tadi kalau berbicara tentang pergantian anak kalimat itu berbicara tentang Kinerjanya. Masih tetep kinerja Jokowi bukan Jokowi yang ditonjolkan, tetapi Kinerjanya. Paham gak? Kinerjanya yang ditonjolkan bukan Jokowi, kalau Jokowi sudah jelas-jelas. Jelas-jelas nantinya bakalan ketahuan, tetapi Kinerjanya. Kalau Jokowi nanti bakal ketahuan bahwasanya ah sama masyarakat pasti menilai seperti itu, ah sama seperti halnya Presiden sebelumnya dan sebagainya., tetapi kalau di sini dijelaskan bahwasanya Kinerjanya yang ditonjolkan karena Jokowi di Revolusi Mental ini adalah Kinerja yang ditonjolkan seperti itu.

2. Apakah dalam pembahasan selalu menggunakan bahasa metafora?

Kalau berbicara tentang bahasa metafora ini ya kadang kadang pake kadang kadang tidak. Kalau di dalam pemberitaan si Jokowi di dalam pandangan dan pemberitaan dari Anies Baswedan ini ada menggunakan metafor kayak “Anies mengatakan hal tersebut di sela-sela kunjungannya ke daerah Tangerang”. Di sela-sela di waktu-waktu gitu, di sela-sela berarti dalam artian kalau pergantian anak kalimat di sini adalah di sela-sela dalam artian dia selalu meluangkan waktu untuk mengunjungi ke beberapa tempat itu maksudnya. Nah itu bahasa-bahasa metafor, jadi kalau

berbicara tentang penggunaan bahasa metafor ada di sini. Pasti menggunakan bahasa metafor

3. Kenapa pada saat menciptakan berita tersebut harus menggunakan bahasa metafora?

Ya iyalah penting sekali menggunakan bahasa metafor. Karena untuk menciptakan keindahan alur cerita dari berita yang disampaikan itu penting sekali. Nah itu maksudnya berita metafor itu karena masyarakat pengen enak membaca gitu atau masyarakat akan lebih cepat menangkap isi pesan kalau ada bahasa metafor itu sendiri. Bahasa kiasan lah ya intinya.

4. Bagaimana pandangan Anda, tentang bahasa metafora yang digunakan dalam pemberitaan mengenai Revolusi Mental?

Ya itu tadi kalau berbicara tentang pandangan itu penting sekali bahasa metafor itu. Yang pertama adalah untuk mengkiaskan sebuah permasalahan yang kedua adalah itu sebagai mempercantik teks yang diproduksi oleh tim kami. Supaya lebih mudah dimengerti oleh masyarakat itu sendiri seperti halnya tadi di sela-sela ataupun dari bahasa bahasa lainnya. Yang jelas bahasa metafor itu sangat penting

5. Siapa saja yang menjadi redaksi atau yang terlibat pada pemberitaan di facebook mengenai Revolusi Mental?

Di sini kan yang berbicara tentang redaksi itu ya tim sukses semua yang ada di *group* facebook Indonesia Rumah Rakyat.

4.2 Pembahasan

Setelah merumuskan hasil temuan maka peneliti akan menganalisis dan membahas mengenai uraian data-data yang diperoleh dari data primer dan sekunder penelitian. Data primer penelitian, berasal dari analisis teks mengenai “Tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014”. Data hasil temuan tersebut merupakan data pokok, di mana analisisnya ditunjang oleh data-data sekunder yang didapat dari hasil wawancara dengan tim sukses dari Jokowi – JK sebagai calon Presiden No. 2

sebagai narasumber penguat penelitian serta beberapa sumber pustaka untuk memperkuat dan memperdalam hasil analisis.

Hasil dan pembahasan pada bab ini, penulis akan membahas mengenai penelitian untuk mengetahui. “Tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014”. Data primer yaitu analisis teks berpedoman pada analisis wacana dari Theo Van Leeuwen, yang pada penelitian ini ditekankan pada :

- (1) Untuk mengetahui tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014 dilihat dari konteks pasivasi.
- (2) Untuk mengetahui tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014 dilihat dari konteks nominalisasi.
- (3) Untuk mengetahui tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014 dilihat dari konteks pergantian anak kalimat.

Sebelum hasil dan pembahasan dibahas lebih jelas, penulis akan merepresentasikan sekilas gambaran mengenai tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014 adalah sebagai gambaran bahwa calon Presiden dari kubu Jokowi/Kalla menciptakan isu yang ingin merubah mental bangsa ke arah yang lebih baik karena hal tersebut berawal dari gambaran tentang kondisi negara hari ini sangat merugikan masyarakat. Tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media

sosial Facebook pada Pilpres 2014 secara tidak langsung merepresentasikan kondisi Indonesia dalam perspektif *Facebook* Jokowi yang terdapat dalam sebuah tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014 sebagai merupakan cerminan dari kondisi yang sebenarnya dari perseptif pembuat teks wacana.

Kampanye sebagai bentuk upaya terencana untuk mempengaruhi keputusan dalam suatu kelompok tertentu. Kampanye bersangkut paut dengan perilaku yang dilembagakan. Perilaku itu cenderung sejalan dengan nilai yang ada. Kampanye seringkali menyangkut soal pengarahan, pemerkuatan, dan penggerakan kecendeungan kearah tujuan yang diperkenankan secara sosial. Kampanye merupakan salah satu metode komunikasi (persuasi), karena di sini juga membahas tentang upaya mempengaruhi massa, baik dalam tingkah laku maupun dalam bentuk opini.

Jika diaitkan dengan konteks ilmu komunikasi, isu kampanye politik sejatinya dan secara alamiah akan selalu memiliki muatan pesan yang hendak disampaikan, baik itu tertuang dalam sebuah artikel maupun dalam berita *online* tersebut. Pesan yang dalam praktek komunikasi memegang peranan penting seperti halnya isu kampanye politik Jokowi mengenai tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014 merupakan variabel yang paling substansial dari terbentuknya proses komunikasi, karena tanpa keberadaan pesan proses komunikasi pun tidak bisa terjadi.

Begitu pengaruhnya peranan pesan dalam sebuah proses komunikasi, menjadi telaah tersendiri yang menarik perhatian banyak pihak untuk menelitinya

lebih dalam tentang ilmu komunikasi. Begitupun halnya dengan penelitian ini yang akan menganalisis pesan dalam bentuk sebuah wacana teks. Penelitian ini, diarahkan untuk menelaah secara kewacanaan tentang muatan pesan yang memiliki tendensi isu politik dari tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014.

Melalui pendekatan Analisis Wacana Theo Van Leeuwen, yang juga termasuk dalam analisis wacana kritis dalam penelitian ini, penulis menelaah isu politik yang bertema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014 dengan konsep *Exclusion* di mana pada konsep tersebut mempunyai tiga dimensi yaitu pasivasi, nominalisasi, serta pergantian anak kalimat. Ketiga kajian tersebut (dimensi pasivasi, nominalisasi, dan pergantian anak kalimat), merupakan satu kesatuan *Exclusion* dalam analisis wacana Theo Van Leeuwen.

Ketiganya akan membentuk koherensi global yang pada akhirnya mengerucut melahirkan suatu kesimpulan mengenai pemaknaan atas tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014. Dan secara tidak langsung (seperti yang telah dijelaskan di atas), kesimpulan atas pemaknaan ini akan menjadi suatu kritik terhadap kondisi sosial Indonesia sebagai konteks sosial tempat di mana wacana tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014 tersebut lahir dan diproduksi. Metode kualitatif dengan pisau bedah Analisis Wacana pendekatan Theo Van Leeuwen, ditempuh untuk memperoleh ke dalaman pemaknaan secara interpretatif dari tema revolusi mental dalam kampanye Capres

RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014, terutama menyangkut muatan pesan yang mengandung perubahan mental bangsa pada kondisi Negara Indonesia.

4.2.1 Tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di Media Sosial Facebook pada Pilpres 2014 Berdasarkan Analisis Wacana Theo Van Leeuwen

Theo Van Leeuwen memperkenalkan model analisis wacana untuk mendeteksi dan meneliti bagaimana suatu kelompok atau seseorang dimarjinalkan posisinya dalam suatu wacana. Bagaimana suatu kelompok dominan lebih memegang kendali dalam menafsirkan suatu peristiwa dan pemaknaannya, sementara kelompok lain yang posisinya rendah cenderung untuk terus menerus sebagai objek pemaknaan, dan digambarkan secara buruk.

Seperti halnya dalam pemberitaan dari tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014 yang membahas “Pemberitaan Program Nyata Pemerintah Jokowi Jika jadi Presiden di Facebook Edisi 20 Juni 2014” serta “Pemberitaan Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekadar Wacana Kebijakan di Facebook Edisi 30 Juni 2014”. Secara nyata atau reil diciptakan mempunyai kekuatan politik untuk memenangkan Presiden Periode 2014 – 2019 yang menyisihkan kandidat lain yang digambarkan secara buruk, arogan, tidak berpendidikan, mengganggu ketenangan, serta mengancam rakyat jika memilih kandidat pertama akan menciptakan otoriter baru seperti hanya jaman Orde Lama yang dipimpin Soeharto.

Di sini, ada kaitannya antara wacana dengan kekuasaan. Kekuasaan bukan hanya beroperasi melalui jalur-jalur formal, hukum, dan institusi negara dengan

kekuasaannya untuk melarang dan menghukum. Akan tetapi, beroperasi melalui serangkaian wacana untuk mendefinisikan sesuatu atau suatu kelompok sebagai tidak benar atau buruk. Dan sering kali tindakan kekuasaan itu datang setelah suatu kelompok digambarkan secara buruk. Kebijakan dari pemerintah sebelumnya telah menjadi bahan politik untuk memenangkan kandidat dari Jokowi – JK dalam memproduksi teks dari tim suksesnya. Serta menciptakan wacana yang bisa mengalahkan kandidat pesaingnya dengan menggambarkan keburukan agar masyarakat dapat memilih kandidat yang dicalonkannya.

Salah satu hal terpenting dalam mendefinisikan suatu kelompok adalah media. Melalui pemberitaan yang terus menerus disebarkan, media secara tidak langsung membentuk pemahaman dan kesadaran di kepala khalayak mengenai sesuatu. Wacana yang diproduksi oleh media itu bisa jadi melegitimasi suatu hal atau kelompok dan mendelegitimasi serta memarginalkan kelompok lain. Sering kali dengan adanya media tersebut menciptakan ketidakadilan dalam berita mengenai pencalonan Presiden dari kedua belah pihak kandidatnya. Hal tersebut tergantung media mana yang berpihak dan keberpihakan.

Analisa Van Leeuwen secara umum menampilkan bagaimana pihak-pihak dan aktor (bisa seseorang ataupun kelompok) ditampilkan dalam pemberitaan. Ada dua pusat perhatian. Pertama, proses pengeluan (*exclusion*). Apakah dalam suatu teks berita ada kelompok atau aktor yang dikeluarkan dalam pemberitaan, dan strategi wacana apa yang dipakai untuk itu. Proses pengeluan ini, secara tidak langsung bisa mengubah pemahaman khalayak akan suatu isu dan melegitimasi posisi pemahaman tertentu. Katakanlah dalam berita mengenai

pemberitaan dalam program nyata pemerintah Jokowi jika jadi presiden di Facebook edisi 20 Juni 2014 dengan pemberitaan Jokowi bicara pelaksanaan, tidak sekadar wacana kebijakan di Facebook edisi 30 Juni 2014, di mana pada tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014 tersebut ditampilkan secara utuh untuk membangun citra yang baik bagi kandidat yang dicalonkan oleh media itu sendiri.

Sementara dalam proses pemasukan atau (*inclusion*) yang berhubungan dengan pertanyaan bagaimana masing-masing pihak atau kelompok itu ditampilkan lewat berita yang semuanya sebagai bentuk dari strategi wacana, dengan memakai kata, kalimat, informasi atau susunan bentuk kalimat tertentu, cara bercerita tertentu, masing-masing kelompok direpresentasikan dalam teks yang diuraikan secara persoalan dengan satu persatu. Dalam penelitian ini, penulis hanya menggunakan *exclusion* saja, karena ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan. Alasan memilih *exclusion* karena mengukur dari waktu pembersan penelitian di mana jika memakai *exclusion* dan *inclusion* akan memerlukan waktu yang lebih lama. Oleh karena itu penulis dalam penelitian mengenai pemberitaan mengenai tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014 hanya memakai *exclusion* yang di dalamnya berupa Pasivasi, Nominalisasi, dan Pergantian anak kalimat pada tema revolusi mental dalam kampanye di media sosial *Facebook* pada Pilpres 2014 yang dibahas ini.

4.2.2 Tema Revolusi Mental Kampanye Capres RI No. 2 di Media Sosial Facebook pada Pilpres 2014 Dilihat dari Pasivasi

Ekklusi adalah suatu isu yang sentral dalam analisis wacana. Pada dasarnya ini adalah proses bagaimana satu kelompok atau aktor tertentu dilibatkan dalam suatu pembicaraan atau wacana. Penghilangan aktor sosial ini untuk melindungi dirinya. Seperti misalnya dalam wacana mengenai tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014 dilihat dari pemberitaan dalam program nyata pemerintah Jokowi jika jadi presiden di *Facebook* edisi 20 Juni 2014 dengan pemberitaan Jokowi bicara pelaksanaan, tidak sekadar wacana kebijakan di *Facebook* edisi 30 Juni 2014 yang di mana aktor penting yaitu gambaran Jokowi – JK sebagai pasangan kandidat No. 2 menciptakan tema revolusi mental yang diangkat oleh media jejaring sosial yang diproduksi oleh tim sukses Jokowi – JK. Menurut Van Leeuwen mengatakan :

Kita perlu mengkritisi bagaimana masing-masing kelompok itu ditampilkan dalam teks, apakah ada pihak atau aktor yang dengan strategi wacana tertentu yang salah satu cara klasik adalah dengan membuat kalimat dalam bentuk pasif. Melalui pemakaian kalimat pasif, aktor dapat tidak hadir dalam teks, sesuatu yang tidak mungkin terjadi dalam kalimat yang berstruktur aktif (Eriyanto, 2005 : 174).

Pasivasi dalam tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014 dilihat dari hasil temuan pertama yaitu teks yang diproduksi oleh tim sukses Jokowi menggambarkan sebuah revolusi mental yang dapat mengkritisi kebijakan atau sistem yang selama ini tidak berpihak kepada rakyat. Pada gambaran teks yang pertama dalam tema revolusi mental pasangan Jokowi – JK menciptakan strategi program nyata pemerintahan Joko Widodo dan Jusuf Kalla bila kelak menerima mandat rakyat sebagian besar

mengangkat kesejahteraan rakyat, terutama para petani, buruh, perempuan dan lain sebagainya. Di mana pada dasarnya Indonesia sejak dulu terkenal dengan budaya petani dan bercocok tanam. Hal tersebut bisa dilihat dari hasil temuan penelitian di bawah ini.

Elemen Pasivasi	Contoh dalam Laporan Utama Program Nyata Pemerintah Jokowi Jika jadi Presiden di <i>Facebook</i> Edisi 20 Juni 2014	Perspektif Pasivasi dalam Program Nyata Pemerintah Jokowi Jika jadi Presiden di <i>Facebook</i> Edisi 20 Juni 2014
Aktif	Program nyata pemerintahan Joko Widodo dan Jusuf Kalla bila kelak menerima mandat rakyat sebagian besar mengangkat kesejahteraan rakyat, terutama para petani (Paragraf 1)	Dalam kalimat pertama, berita disajikan dalam bentuk kalimat aktif. Di sini aktor Jokowi –JK disajikan dalam teks.
Pasif	Program nyata dari kandidat No. 2 bila diberikan mandat jadi Presiden akan mengangkat kesejahteraan terutama petani	Sebaliknya, dalam kalimat kedua aktor tersebut hilang dalam pemberitaan sebab yang lebih dipentingkan dalam pemberitaan adalah objek.

Dalam kalimat pertama, kutipan berita disajikan dalam bentuk kalimat aktif. Di sini, aktor pelaku (Jokowi – JK) disajikan dalam teks. Sebaliknya, dalam kalimat kedua, aktor Jokowi dihilangkan dalam pemberitaannya sebab yang lebih dipentingkan dalam pemberitaan adalah objek, yaitu salah satu program pemerintah Jokowi apabila menjadi preseiden akan merevolusi mental di sektor pertanian karena pada dasarnya Indonesia sejak dulu terkenal dengan budaya bercocok taman yang mayoritasnya adalah petani. Menurut Deden Darmansyah sebagai tim redaksi media *Facebook* Rumah Indonesia dalam wawancaranya mengatakan bahwa :

Jadi yang dimaksud revolusi mental itu diwujudkan kedaulatan di bidang politik, berkepribadian di bidang budaya, dan mandiri di bidang ekonomi. Nah itu semua dijabarkan dalam nawacita, kita punya 9 Program Pilpres

yang merupakan penjabaran dari revolusi mental. Di antaranya adalah tentang bagaimana mengurangi tingkat korupsi, kedua pembangunan yang bersifat kedaerahan, jadi fokus pembangunan itu di desa-desa dan ini diwujudkan dalam APBN 2015 dengan mengalokasikan bantuan untuk desa itu tidak kurang dari 1,4 Milyar perdesa. Jadi intinya revolusi mental itu merupakan penjabaran dari Trisakti (berkedaulatan di bidang politik, berkepribadian di bidang budaya, dan mandiri di bidang ekonomi). Contohnya kita sekarang sudah tidak lagi impor beras, kemudian pelaksanaan hukum kita tidak lagi mau diintervensi lagi negara lain, seperti soal hukuman mati kasus narkoba, penenggelaman kapal pencuri ikan. Jadi Jokowi mengajak kita semua agar kita berkedaulatan di negara kita, tidak ada yang mengintervensi dalam hukum dan politik. Kita juga ingin mengkedepankan musyawarah, kita mengharamkan *voting-voting* dalam pengambilan keputusan, kecuali yang diatur oleh undang-undang seperti pemilihan presiden, gubernur dan walikota. Jadi yang dimaksud Jokowi mengenai revolusi mental itu adalah bagaimana mengembalikan cara berpikir bangsa kita ini untuk lebih mengedepankan budaya Pancasila.¹

Kutipan tersebut menggambarkan bahwa tema revolusi mental dalam pemberitaan program nyata pemerintah Jokowi jika jadi presiden di *Facebook* edisi 20 Juni 2014 sebagai salah satu bentuk tema revolusi yang ingin mengembalikan kedaulatan rakyat berdasarkan Pancasila serta ingin mengembalikan program kebudayaan sejak dulu di mana pada dasarnya masyarakat Indonesia terkenal dengan petani. Sektor itu yang menjadi krusial bagi tim Jokowi karena dalam revolusi mental berkepribadian di bidang budaya, dan mandiri di bidang ekonomi. Nah itu semua dijabarkan dalam nawacita, Program pilpres yang merupakan penjabaran dari revolusi mental.

Di antaranya adalah tentang bagaimana mengurangi tingkat korupsi, kedua pembangunan yang bersifat kedaerahan, jadi fokus pembangunan itu di desa-desa dan ini diwujudkan dalam APBN 2015 dengan mengalokasikan bantuan

¹ Wawancara dengan Deden Darmansyah sebagai tim redaksi media Facebook Rumah Indonesia Tanggal 21 April 2015

untuk desa itu tidak kurang dari 1,4 Milyar per-desa. Jadi intinya revolusi mental itu merupakan penjabaran dari Trisakti (berkedaulatan di bidang politik, berkepribadian di bidang budaya, dan mandiri di bidang ekonomi).

Contohnya sekarang sudah tidak lagi impor beras, kemudian pelaksanaan hukum tidak lagi mau diintervensi lagi negara lain, seperti soal hukuman mati kasus narkoba, penenggelaman kapal pencuri ikan. Jadi Jokowi mengajak kita semua agar kita berkedaulatan di negara kita, tidak ada yang mengintervensi dalam hukum dan politik. Kita juga ingin mengedepankan musyawarah, kita mengharamkan *voting-voting* dalam pengambilan keputusan, kecuali yang diatur oleh undang-undang seperti pemilihan presiden, gubernur dan walikota. Jadi yang dimaksud Jokowi mengenai revolusi mental itu adalah bagaimana mengembalikan cara berpikir bangsa kita ini untuk lebih mengedepankan budaya Pancasila.

Sementara pada pasivasi pada pemberitaan Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekadar Wacana Kebijakan di Facebook Edisi 30 Juni 2014 menggambarkan revolusi mental dilihat dari budaya petani yang secara tegas, sebagaimana yang disampaikan Jokowi dalam konferensi pers di Bandung, Kamis 3 Juli 2014, ia dan JK akan memprioritaskan, "Program kepemilikan tanah pertanian untuk 4,5 juta kepala keluarga," kata Jokowi. Agar lebih jelasnya berikut di bawah ini:

Aktif	Demi petani, secara tegas, sebagaimana yang disampaikan Jokowi dalam konferensi pers di Bandung, Kamis 3 Juli 2014, ia dan JK akan memprioritaskan, "Program kepemilikan tanah pertanian untuk 4,5 juta kepala keluarga," kata Jokowi (Paragraf 3)	Dalam paragraf 3, berita disajikan dalam bentuk kalimat aktif. Di sini aktor Jokowi –JK disajikan dalam teks secara tegas menyampaikan visi dan misi dari revolusi mental.
Pasif	Kandidat No. 2 menegaskan akan memprioritaskan, "Program kepemilikan tanah pertanian untuk 4,5 juta kepala keluarga	Sebaliknya, dalam kalimat kedua aktor tersebut hilang dalam pemberitaan sebab yang lebih dipentingkan dalam pemberitaan adalah objek.

Dalam konteks pasivasi Jokowi sebagai aktor pemberitaan secara jelas digambarkan berdasarkan salah satu program Revolusi mental yaitu meningkatkan kesejahteraan petani. Di sini dapat dilihat bagaimana teks yang diproduksi lebih mencerminkan sosok Jokowi dapat menciptakan bentukan citra yang baik di mata masyarakat. Menurut Mujib dalam wawancaranya mengatakan bahwa :

Kalau saya memperhatikannya dalam konteks yang kedaulatan yah, bisa ditafsirkan secara ideologis. Kalau yang revolusi mental, retooling itu cara pandang, cara kerja, cara berbicara, jadi semua itu dikaitkan, terutama dengan kemauan rakyat, apa maunya rakyat bukan dari atas,, tetapi dari bawah. Dari bawah ke atas itulah yang dilakukan oleh Jokowi dengan yang namanya “blusukan”. Kenapa misalnya dia lari ke pasar, ke ruang-ruang publik ke tempat rakyat berkumpul, di situlah sebetulnya masalah-masalah rakyat itu ada. Itu namanya retooling. Yang dulu itu kebijakan keluar dari atas dan di bawah harus melaksanakan, sekarang di balik, itu yang dinamakan revolusi, perubahan secara drastis. Kemauan dari bawah, diatas yang melaksanakannya. Entah itu kebijakan-kebijakan apa gitu. Salah satunya kebijakan yang dituangin di dalam Piagam 9 itu. Itu revolusi mental secara ideologis. Selama ini kan ilang, semangat-semangat gotong royong kan, dengan munculnya PNPM, proyek itu yang sebenarnya membunuh semangat gotongroyong. Karena itu pertarungan ideologi antara liberal dengan kelompok ekonomi kerakyatan. Liberal ini kan sebenarnya musuhnya gotong royong kan, kebersamaan. Kalau semangat gotong royong ini dihilangin maka liberalisme itu muncul, itulah kenapa kita jadi salah satu yang menolak proyek PNPM itu. Kita harus balik ini, kita revolusi mental kembali, gotong royong itu harus diidupkan kembali. Terus contoh lain di kesehatan, misalnya ada kesadaran-kesadaran kaya gini “bahwa uang rakyat harus dikembalikan kepada rakyat” karena rakyat kan bayar pajak, tidak ada penghapusan-penghapusan subsidi, subsidi itu bukan rakyat yang mensubsidi pemerintah, selama ini kan di balik, penguasa yang mensubsidi rakyat, itu bohong. kita tafsir balik dengan revolusi mental, rakyat kan yang bayar pajak, jadi rakyat yang mensubsidi pemerintah. Nah logika berpikir seperti itu yang kita pingin. Itu yang pengen kita balik, selama ini rakyat kaya dicekokin pemerintah, kaya BBM, yang disubsidi itu pemerintah, bukan rakyat. Cara berpikir yang kita ingin ubah, yang kita ingin itu sederhana, kita pengen kesejahteraan rakyat, itu aja. Maka tetep, ideologinya itu dari trisakti, menjadi Nawacita kemudian lebih spesifik lagi menjadi gotong royong/kesamaan. Harus dikeluarkan lagi semangat itu, terus berdikari di bidang politik, ekonomi, dan kebudayaan. Selama ini cara pandang masyarakat kita itu, cara pandang masyarakat pedalaman, pegunungan, agraris. Coba di balik, padahal masyarakat kita paling luas itu daerah pesisir, di balik logikanya,

bagaimana cara pandang orang pesisir, kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan itu coba dari cara pandang pesisir, bukan agraris. Ini kan baru, konsentrasi pada poros maritim, karena kekayaan kita disitu kok. Jadi revolusi mental itu seperti apa? Ya cara berpikir yang selama ini diterapkan itu kita lawan, kebijakan-kebijakan yang neoliberal/liberal itu kita hajar, kembali lagi ke Pancasila 1 Juni.²

Dalam hal ini pasivasi berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa – pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa – ke dalam bentuk susunan umum berita (Eriyanto, 2002 : 255). Dari pemaparan tersebut, penulis mencoba menerapkannya pada tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014 dilihat dari konteks pasivasi menurut Van Leeuwen merupakan aspek sintaksis yang mendapat perhatian lebih dari aktor yang ditonjolkan yang mempunyai pengaruh terhadap isi.

Salah satu tema revolusi mental sebuah peristiwa akan dibawa dan dimengerti. Dalam pemberitaan Pemberitaan Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekadar Wacana Kebijakan di Facebook Edisi 30 Juni 2014 cukup jelas ditunjukkan kepada khalayak pembaca bahwa teks yang diproduksi oleh tim sukses Jokowi tersebut telah mengarahkan khalayak untuk mempertegas bahwa revolusi mental sebagai bentuk pengembalian atau mengembalikan budaya gotong royong, pekerja keras di sektor pertanian karena pada dasarnya Indonesia terkenal dengan sektor pertanian itu sendiri. Menurut Hartley, mengatakan bahwa :

Reproduksi teks yang ciptakan oleh media baik cetak maupun elektronik mempunyai kepentingan dari pihak medianya. Teks yang diproduksi mengandung muatan politik media yang bisa mempengaruhi khalayak

² Wawancara dengan Mujib sebagai tim redaksi media Facebook Rumah Indonesia Tanggal 21 April 2015

sebagai pembacanya. Media massa seperti cetak dan elektronik dalam memberitakan berita yang disampaikan kepada khalayak mengandung muatan politik di dalamnya (Hartley, 2004 : 163).

Kutipan tersebut menjelaskan bahwa setiap teks yang diproduksi oleh wartawan di mana tempat ia bekerja mengandung kepentingan dari media tempat bekerjanya, kandungan kepentingan politik tersebut bisa tergambarkan dari pasivasi terletak pada penonjolan karakter dari Jokowi – JK sebagai kandidat No. 2 pemilihan Presiden itu sendiri. Sementara pemberitaan pada judul Jokowi bicara pelaksanaan, tak sekadar wacana kebijakan di *Facebook* Edisi 30 Juni 2014 bisa terlihat pada tabel berikut :

Elemen Pasivasi	Contoh dalam Laporan Utama Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekadar Wacana Kebijakan di Facebook Edisi 30 Juni 2014	Perspektif Pasivasi dalam Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekadar Wacana Kebijakan di Facebook Edisi 30 Juni 2014
Aktif	Di sini kita lihat satu bicara wacana kebijakan satu bicara pelaksanaan, ujar Anies memberikan penjelasan mengenai visi Jokowi yang bergerak pada level implementasi. (Paragraf 4)	Dalam kalimat pertama, berita disajikan dalam bentuk kalimat aktif. Di sini aktor Jokowi –JK disajikan dalam teks.
Pasif	Tim sukses memaparkan penjelasan visi kandidat No. 2 yang bergerak pada level implementasi	Sebaliknya, dalam kalimat kedua aktor tersebut hilang dalam pemberitaan sebab yang lebih dipentingkan dalam pemberitaan adalah objek.
Aktif	Justru kunjungan ke pasar membuktikan keberpihakan pada rakyat kecil tidak bisa dilakukan dari gedung-gedung, harus turun langsung," ungkap Anies mengenai kegiatan Jokowi yang kerap mengunjungi pasar tradisional (Paragraf 6)	Dalam paragraf 6, berita disajikan dalam bentuk kalimat aktif. Di sini aktor Jokowi –JK disajikan dalam teks secara tegas menyampaikan visi dan misi dari revolusi mental.
Pasif	Keberpihakan kandidat No. 2 pada rakyat tidak bisa dilakukan di gedung-gedung melainkan harus turun langsung, ujar tim sukses No. 2 mengenai kandidatnya yang kerap blusukan.	Sebaliknya, dalam kalimat kedua aktor tersebut hilang dalam pemberitaan sebab yang lebih dipentingkan dalam pemberitaan adalah objek.

Laporan utama “Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekadar Wacana Kebijakan” di *Facebook* Edisi 30 Juni 2014 secara pasivasi menjabarkan visi misi dari revolusi mental, di mana pada visi dan misi tersebut menggambarkan bagaimana program revolusi mental yang ditonjolkan, bukan dari tokoh pasangan Jokowi dan JK, karena dalam konteks pasivasi peran tokoh tidak ditonjolkan melainkan program dari visi dan misi yang lebih ditonjolkan. Hal tersebut dapat dibenarkan oleh Deden Darmansyah sebagai tim redaksi media *Facebook* Rumah Indonesia dalam wawancaranya mengatakan bahwa :

Sebelum membahas pasivasi kita menjabarkan dulu 3 poin dari Revolusi Mental itu sendiri. Menjabarkan visi tentang Revolusi Mental itu seperti *To Unlearn* (Meninggalkan pandangan lama yang menjadi kendala penyelesaian krisis), *To Relearn* (Menghidupkan lagi pandangan lama yang masih jelas dan akurat) dan *To Learn* (Mempelajari, menguasai dan mempraktikkan pandangan baru). Nah baru itu kita buat berita di *group facebook* tentang “Anies Baswedan: Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekedar Wacana Kebijakan”, Di mana kita sebagai tim sukses memaparkan tentang visi Capres RI No. 2 Jokowi-JK yang mau bergerak ke level implementasi, Keberpihakan Jokowi-JK pada rakyat kecil tidak bisa dilakukan dari gedung ke gedung, tetapi harus turun langsung ke masyarakat, oleh karena itu Capres RI No. 2 melakukan kegiatan blusukan dari pasar ke pasar agar melihat langsung keluhan si rakyat itu sendiri.³

Kutipan tersebut dapat digambarkan bahwa peran tokoh Jokowi dan JK sebagai calon Presiden tidak ditonjolkan, yang lebih ditonjolkan yaitu program yang dibuat. Pada dasarnya teks yang diproduksi oleh tim sukses Jokowi-JK hanya memaparkan tentang visi Capres RI No. 2 Jokowi-JK yang bergerak ke level implementasi, di mana pemberitaan Jokowi-JK pada rakyat kecil tidak bisa dilakukan dari gedung ke gedung, tetapi harus turun langsung ke masyarakat, oleh

³ Wawancara dengan Deden Darmansyah sebagai tim redaksi media Facebook Rumah Indonesia Tanggal 21 April 2015

karena itu Capres RI No. 2 melakukan kegiatan blusukan dari pasar ke pasar agar melihat langsung keluhan si rakyat itu sendiri. Artinya secara pasivasi Jokowi dan JK tidak dilibatkan secara langsung, melainkan visi dan misinya yang lebih ditonjolkan.

Dalam konteks pasivasi dari laporan utama “Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekadar Wacana Kebijakan” di *Facebook* Edisi 30 Juni 2014 setiap pemberitaanya tidak menciptakan persaingan yang negatif dengan kandidat pesaingnya. Hal tersebut dikarenakan teks yang diproduksi tim Jokowi-JK lebih menonjolkan program kerja dari revolusi mental bukan menjatuhkan pesaing dari kandidat lain. Menurut Mujib dalam wawancaranya mengatakan bahwa :

Kalau berbicara tentang persaingan secara politik itu persaingan hanya sebatas persaingan di dalam visi dan misi saja. Karena visi dan misi seperti Jokowi ataupun Prabowo sangat berbeda. Prabowo seperti apa kalau Jokowi kan lebih ke menyoroti tentang Revolusi Mental itu sendiri. Nah kalau dijelaskan dalam pemberitaan tidak ada persaingan bahkan menyudutkan pihak Prabowo itu sendiri.⁴

Kutipan tersebut menjelaskan bahwa dalam konteks pasivasi pemberitaan mengenai laporan utama “Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekadar Wacana Kebijakan” di *Facebook* Edisi 30 Juni 2014 hanya menonjolkan citra Capres RI No. 2 di dalam berita *facebook* “Anies Baswedan: Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekedar Wacana” dari segi visi si Jokowi-JK tersebut.

Teks yang diproduksi tim sukses JKW4P 2 memberikan penjelasan mengenai visi JKW4P yang bergerak pada level implementasi dari tema revolusi mental bukan menjatuhkan melainkan membangun citra Jokowi-JK yang lebih

⁴ Wawancara dengan Mujib sebagai tim redaksi media Facebook Rumah Indonesia Tanggal 21 April 2015

menonjolkan visi dan misi dari revolusi mental itu sendiri. Di mana citra dari Capres RI No. 2 seperti pemberitaan visi Capres RI No. 2 bergerak pada level implementasi, keberpihakan Capres RI No. 2 pada rakyat kecil, sering melakukan kegiatan blusukan dari pasar ke pasar serta Capres RI No. 2 ingin melakukan revitalisasi manajemen pasar tradisional menjadi lebih bagus manajemennya.

Menurut Mujib dalam wawancaranya menambahkan :

Nah yang ditonjolkan yaitu tadi yang ditonjolkan adalah bagaimana kinerja yang dia lakukan kan. Kalau di dalam pemberitaan ini salah satu contohnya adalah kalau di sini penonjolan salah satu tim sukses dari kami beranggapan bahwasanya Jokowi sering kali blusukan dan sebagainya seperti itu.⁵

Kutipan tersebut dapat dijelaskan bahwa dalam pemberitaannya lebih menonjolkan citra Capres RI No. 2 di dalam berita facebook “Anies Baswedan: Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekedar Wacana” dari segi visi si Jokowi-JK tersebut. Kita sebagai tim sukses JKW4P No. 2 memberikan penjelasan mengenai visi JKW4P yang bergerak pada level implementasi.

Penyampaian pesan politik melalui media massa seperti laporan utama “Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekedar Wacana Kebijakan” di Facebook Edisi 30 Juni 2014 merupakan bentuk kampanye yang handal dalam hal menjangkau masyarakat luas. Kampanye politik saat ini sudah mengadopsi prinsip-prinsip pemasaran dan pembentukan citra. Hal tersebut dimungkinkan terjadi karena sistematika pemilihan kepala kampung adalah langsung.

Kampanye politik merupakan jenis kampanye yang pada umumnya dimotivasi oleh hasrat untuk meraih kekuasaan. Tujuan dari kampanye ini

⁵ Wawancara dengan Mujib sebagai tim redaksi media Facebook Rumah Indonesia Tanggal 21 April 2015

adalah untuk memenangkan dukungan masyarakat terhadap kandidat-kandidat yang dicalonkan agar dapat menduduki jabatan politik yang diperebutkan lewat proses pemilihan. Kegiatan untuk membangun citra atau *image* merupakan bagian penting dalam kampanye politik untuk memperoleh dukungan. Terkait dengan komunikasi dalam kampanye politik, terdapat beberapa aktivitas komunikasi yang dapat diidentifikasi (Ruslan, 2005 : 76).

Kegiatan komunikasi politik adalah kegiatan simbolik di mana kata-kata itu mencakup ungkapan yang dikatakan atau dituliskan, gambar, lukisan, foto, film, gerak tubuh, ekspresi wajah dan segala cara bertindak. Orang-orang yang mengamati simbol-simbol itu, menginterpretasikannya dengan cara-cara yang bermakna, sehingga membentuk citra mental tentang simbol-simbol tersebut. Strategi dalam pengertian sempit maupun luas terdiri dari tiga unsur, yaitu tujuan (*ends*), sarana (*means*), dan cara (*ways*). Dengan demikian strategi adalah cara yang digunakan dengan menggunakan sarana yang tersedia untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Tujuan akhir dalam kampanye pemilihan kepala Kampung adalah untuk membawa calon kepala Kampung yang didukung oleh tim kampanye politiknya menduduki jabatan Kepala Kampung yang diperebutkan melalui mekanisme pemilihan secara langsung oleh masyarakat. Agar tujuan akhir tersebut dapat dicapai, diperlukan strategi yang disebut strategi komunikasi dalam konteks kampanye politik.

Terdapat tiga jenis strategi komunikasi dalam konteks kampanye politik yaitu (1) Ketokohan dan kelembagaan, dengan cara memantapkan ketokohan dan merawat kelembagaan, (2) Menciptakan kebersamaan dengan memahami masyarakat, menyusun pesan persuasif, menetapkan metode, serta memilih dan memilih media, dan (3) Membangun konsensus, melalui kemampuan berkompromi dan kesediaan untuk membuka diri (Arifin, 2003; 102).

Strategi tim sukses Jokowi pada pemberitaan tersebut merupakan cara-cara yang diambil yang sifatnya mendasar dan fundamental yang akan dipergunakan oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuan dan berbagai sarannya dengan selalu memperhitungkan kendala lingkungannya yang pasti akan dihadapi. Kamus bahasa Indonesia “strategi” diartikan sebagai rencana yang amat cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Dalam hal ini, sasaran khususnya adalah ingin mengetahui strategi yang digunakan oleh tim pemenang pasangan calon Presiden dari No. 2 dalam rangka perolehan suara terbanyak pada pemilihan Presiden.

Kampanye pencitraan, ditandai dengan munculnya berita-berita dan informasi yang sarat citra dan gaya seorang politisi (*politician image and style*) dan berkurang bahkan hilangnya berita-berita yang mengupas isu-isu krusial, substantif dan ideologi politik. Salah satu tujuan kampanye politik adalah membentuk citra politik yang baik untuk konsumsi masyarakat pemilih. Citra politik adalah suatu gambaran tentang politik yang memiliki makna, walaupun tidak selamanya sesuai dengan realitas politik yang sebenarnya Tujuan akhir dari komunikasi politik adalah partisipasi politik dan kemenangan para calon Presiden No. 2 dalam pemilihan Presiden. Ketokohan visi dan misi revolusi mental yang diusung adalah gambaran orang yang memiliki kredibilitas atau kompetensi, daya tarik dan kekuasaan yang sah.

Tim Kampanye adalah sebuah tim yang dibentuk oleh calon Presiden yang bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan kampanye. Anggota tim kampanye sebagian besar berasal dari keluarga dan pendukung calon Presiden. Tugas

mereka adalah merumuskan rencana-rencana strategis sebagai bagian dari usaha untuk memenangkan pasangan yang didukungnya. Salah satunya membentuk pasivasi dari berita yang lebih menonjolkan visi dan misi dari revolusi mental bukan dari tokoh Jokowi.

4.2.3 Tema Revolusi Mental Kampanye Capres RI No. 2 di Media Sosial Facebook pada Pilpres 2014 dilihat dari Nominalisasi

Setrategi wacana lain yang sering dipakai untuk menghilangkan kelompok atau aktor sosial tertentu adalah nominalisasi. Sesuai dengan namanya, strategi ini berhubungan dengan mengubah kata kerja (verba) menjadi kata benda. Umumnya dilakukan dengan memberi imbuhan “pe-an”. Kenapa nominalisasi dapat menghilangkan aktor/ subjek dalam pemberitaan. Ini ada hubungannya dengan transinformasi dari bentuk kalimat yang berbentuk aktif, selalu membutuhkan subjek. Kalimat aktif juga selalu berbentuk kata kerja, yang menunjuk pada apa yang dilakukan (proses) oleh subjek. Berikut hasil temuan nominalisasi dari tema revolusi mental bisa dilihat di bawah ini :

Elemen Nominalisasi	Contoh dalam Laporan Utama Program Nyata Pemerintah Jokowi Jika jadi Presiden di Facebook Edisi 20 Juni 2014	Perspektif Nominalisasi dalam Program Nyata Pemerintah Jokowi Jika jadi Presiden di Facebook Edisi 20 Juni 2014
Verba	Pemerintah baru Jokowi- JK akan mendukung lahirnya para petani muda	Strategi kata kerja pemberitaan
Nominalisasi	Para petani sudah lama tertinggal dalam laju pembangunan di negeri ini. Usia petani kian menua, sebanyak 8,26 juta berusia 54 tahun ke atas, sedangkan usia 45-54 tahun sebanyak 6,5 juta orang. Jumlah petani muda kian menipis. Tak ada jalan lain, pemerintah baru akan mendukung lahirnya para petani muda (Paragraf 7)	Nominalisasi tidak membutuhkan subjek karena pada dasarnya adalah proses mengubah kata kerja yang bermakna tindakan ataupun kegiatan

Nominalisasi tidak membutuhkan subjek, karena nominalisasi pada dasarnya adalah proses perubahan kata yang bermakna tindakan ataupun kegiatan menjadi kata benda yang bermakna peristiwa. Tindakan Jokowi ataupun kegiatan Jokowi dalam kampanye yang mengusung revolusi mental pada pemberitaan tersebut menggambarkan bahwa teks yang diproduksi oleh tim Jokowi lebih menyoroti revolusi mental diciptakan untuk meregenerasi para petani tua kepada petani-petani muda yang di mana sektor pertanian harus diunggulkan kembali. Selain itu Jokowi akan mendukung secara langsung lahirnya para petani muda. Sementara nominalisasi tema revolusi mental dari berita kedua yaitu Pemberitaan Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekadar Wacana Kebijakan di Facebook Edisi 30 Juni 2014 hal tersebut bisa dilihat di bawah ini :

Verba	Pasangan Jokowi – JK akan fokus pada pelaksanaan bukan sekadar wacana kebijakan.	Strategi kata kerja pemberitaan
Nominalisasi	Masyarakat saat ini bisa melihat mana pasangan yang fokus pada pelaksanaan bukan sekadar wacana kebijakan (Paragraf 1)	Nominalisasi tidak membutuhkan subjek karena pada dasarnya adalah proses mengubah kata kerja yang bermakna tindakan ataupun kegiatan

Mengenai elemen nominalisasi dari pemberitaan tentang “Pemberitaan Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekadar Wacana Kebijakan di Facebook Edisi 30 Juni 2014” yang telah dipaparkan pada hasil temuan dari teks berita yaitu informasi berita sering disusun sebagai suatu bentuk cerita di mana bentuk cerita tersebut banyak melaporkan berita yang berusaha menunjukkan hubungan peristiwa yang ditulis berdasarkan peristiwa, isu dari sebelumnya. Nominalisasi biasanya mempunyai orientasi menghubungkan teks yang ditulis berdasarkan

khalayak pembacanya, artinya dalam taraf tertentu wartawan yang memproduksi teks.

Dalam konteks nominalisasi dari pemberitaan tentang “Pemberitaan Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekedar Wacana Kebijakan di Facebook Edisi 30 Juni 2014” ini, teks yang diproduksi lebih menjelaskan kritik oto kritik atau kritik membangun dari kondisi pemerintahan yang sudah ada maupun kritik terhadap kandidat Prabowo. Hal tersebut bisa dilihat dari pembentukan kata kerja yang diproduksi oleh tim sukses Jokowi dan JK di mana hal ditonjolkan berupa “Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekedar Wacana Kebijakan” di mana pada dasarnya teks tersebut sebagai bentuk kritik terhadap pemerintah SBY dan kritik juga bagi kandidat Prabowo

Sebenarnya kalau berbicara tentang pengkritikan ada kata2 yang menyinggung pasangan Prabowo atau pemerintahan sebelumnya. Salah satu contohnya adalah di sini di dalam berita ini sudah jelas kan “Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekedar Wacana Kebijakan” gitu. Di sini sudah jelas bahwasanya ini adalah kritik otokritik terhadap pemerintahan SBY. Bahwasanya tidak hanya sekedar wacana kalau ada masalah dalam masyarakat itu sendiri, tetapi langsung bergerak gitu, itu maksudnya. Makanya ini adalah bagian dari kritik otokritik dari pemerintahan SBY. Bahwasanya pemerintahan Jokowi, kalau nanti Jokowi menang itu tidak seperti halnya pemerintahan sekarang jadi langsung bergerak langsung bekerja keras langsung kerja kerja kerja dan kerja.⁶

Teks yang diproduksi oleh tim sukses Jokowi-JK tidak ada mengkritik pasangan Prabowo atau Presiden SBY itu sendiri. Hal tersebut bisa dilihat satu bicara wacana kebijakan satu lagi bicara tentang pelaksanaan di dalam berita facebook “Anies Baswedan: Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekedar Wacana”.

⁶ Wawancara dengan Deden Darmansyah sebagai tim redaksi media Facebook Rumah Indonesia Tanggal 21 April 2015

Dalam pemberitaanya, teks yang diproduksi oleh tim sukses Jokowi-JK tidak menyudutkan persaingan Prabowo atau menyudutkan pemerintahan sebelumnya, tetapi di sini kita memberitakan di facebook tentang visinya JKW4P yang bergerak pada level implementasi. Yang bahas itu tentang bicara pelaksanaannya bukan sekedar wacana kebijakannya saja. Artinya, bukan membahas tentang kondisi situasi di jaman Presiden SBY saja tetapi membahas kondisi di mana selama 15 tahun banyak masalah-masalah muncul bukan karena kebijakannya, tetapi karena pelaksanaannya. Dari situ masyarakat bisa melihat mana pasangan yang fokus pada pelaksanaan bukan sekedar wacana kebijakan saja. Di sini kita tekankan tidak ada unsur menyindir dan menjatuhkan kandidat Prabowo atau pemerintahan sebelumnya.

Bahasa yang ditonjolkan dalam judul saja "Jokowi Bicara tentang Pelaksanaan, Tak Sekedar Wacana Kebijakan". Di sini sudah ditonjolkan bahwasanya Jokowi langsung melaksanakan bukan hanya sekedar wacana kebijakan gitu. Salah satu contohnya kalau berbicara tentang nominalisasi adalah kan kata kerja, salah satu contohnya adalah "Kunjungan ke pasar membuktikan keberpihakan pada rakyat kecil tidak bisa dilakukan dari gedung-gedung, harus turun ke jalan atau ke tempat, ungkap Anies mengenai kegiatan Jokowi yang kerap mengunjungi pasar tradisional".

Di sini sudah dijelaskan bahwasanya pe-an kata kerja, kata kerja di sini adalah bisa berbicara tentang keberpihakan atau bisa berbicara tentang kegiatan bisa termasuk konteks nominalisasi itu sendiri. Atau selain itu juga ada juga contoh lainnya adalah "Manajemennya pasar tradisional harus diperbaiki., tetapi

juga harus dibedakan manajemen bagus dengan mewah. Yang ingin dilakukan manajemennya diperbaiki bukan dibuat mewah” begitu. Nah di sini sudah dijelaskan kalau berbicara tentang nominalisasi ini berbicara tentang praktik di lapangan pe-an. Kata kerja Jokowi di sini adalah dia selalu melakukan pekerjaan secara langsung tanpa harus wacana lagi dan sebagainya. Itu maksudnya kalau berbicara lagi tentang nominalisasi.

Nominalisasi pada Pemberitaan Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekadar Wacana Kebijakan di Facebook Edisi 30 Juni 2014 seperti Masyarakat saat ini bisa melihat mana pasangan yang fokus pada pelaksanaan bukan sekadar wacana kebijakan yang di mana nominalisasi tidak membutuhkan subjek karena pada dasarnya adalah proses mengubah kata kerja yang bermakna tindakan ataupun kegiatan.

4.2.4 Tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014 dilihat dari Konteks Pergantian Anak Kalimat

Penggantian subjek juga dilakukan dengan memakai anak kalimat yang berfungsi sebagai pengganti aktor. Dalam pemberitaan mengenai “Pemberitaan dalam Pemberitaan Program Nyata Pemerintah Jokowi Jika jadi Presiden di Facebook Edisi 20 Juni 2014” dan “Pemberitaan Jokowi Bicara Pelaksanaan, Tak Sekadar Wacana Kebijakan di Facebook Edisi 30 Juni 2014” dari tema revolusi yang diusung Jokowi menggambarkan bahwa pergantian anak kalimat sebagai strategi kata kerja dari teks yang diproduksi. Pergantian anak kalimat sebagai bentuk pengganti aktor yang diberitakan. Untuk lebih menjelaskan berikut hasil dari temuan mengenai pergantian anak kalimat di bawah ini :

Elemen Penggantian Anak Kalimat	Contoh dalam Laporan Utama Program Nyata Pemerintah Jokowi Jika jadi Presiden di Facebook Edisi 20 Juni 2014	Perspektif Penggantian Anak Kalimat dalam Program Nyata Pemerintah Jokowi Jika jadi Presiden di Facebook Edisi 20 Juni 2014
Tanpa Anak Kalimat	Jokowi - JK berjanji akan melakukan rehabilitasi jaringan irigasi yang rusak terhadap 3 juta hektar lahan pertanian.	Strategi kata kerja pemberitaan
Anak Kalimat	Selama ini, pembangunan praktis tak terlalu berpihak kepada petani. Bayangkan, di tahun 2013, sebanyak 52 persen jaringan irigasi di provinsi utama penghasil beras rusak. Untuk itulah, kandidat No. 2 berjanji akan melakukan rehabilitasi jaringan irigasi yang rusak terhadap 3 juta hektar lahan pertanian (Paragraf 10)	Pergantian anak kalimat tidak membutuhkan subjek karena pada dasarnya adalah proses mengubah kata kerja yang bermakna tindakan ataupun kegiatan

Penggantian anak kalimat dari wacana berita menggambarkan pilihan kata yang dipilih oleh wartawan untuk menekankan penggantian tokoh yang ingin ditonjolkan oleh wartawan. Wartawan menggunakan perangkat penggantian anak kalimat untuk membuat citra, meningkatkan kemenonjolan pada sisi tertentu dan meningkatkan gambaran yang diinginkan dari suatu berita. Penggantian anak kalimat menunjukkan kecenderungan bahwa apa yang disampaikan tersebut adalah suatu kebenaran.

Dalam pemberitaan mengenai tema revolusi, penonjolan penggantian anak kalimat lebih menekankan pada isi pesan yang ditunjukkan untuk menekan khalayak pembaca bahwa apa yang ditulis adalah fakta yang benar yang bukan hanya sekedar persuasi. Penggantian anak kalimat yaitu upaya untuk meyakinkan pembaca bahwa berita tersebut adalah benar dan faktual yang dilakukan dengan berbagai cara yang di antaranya melaporkan langsung dari lapangan,

memberitakan bukti-bukti, dan saksi. Salah satu contoh penggantian anak kalimat terdapat pada paragraf di bawah ini :

Selama ini, pembangunan praktis tak terlalu berpihak kepada petani. Bayangkan, di tahun 2013, sebanyak 52 persen jaringan irigasi di provinsi utama penghasil beras rusak. Untuk itulah, kandidat No. 2 berjanji akan melakukan rehabilitasi jaringan irigasi yang rusak terhadap 3 juta hektar lahan pertanian (Paragraf 10)

Pergantian anak kalimat tidak membutuhkan subjek karena pada dasarnya adalah proses mengubah kata kerja yang bermakna tindakan ataupun kegiatan. Hal tersebut dikarenakan perspektif konstruksi pemberitaan mengenai tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014 sebagai gambaran bahwa media sosial Facebook yang diciptakan tim sukses Jokowi dalam pemilihan teks berita lebih menekankan bahasa yang dapat mengganti aktor Jokowi yang ditampilkan. Sementara temuan berikutnya yaitu :

Tanpa Anak Kalimat	Pasangan Jokowi – JK akan fokus pada pelaksanaan bukan sekadar wacana kebijakan.	Strategi kata kerja pemberitaan
Anak Kalimat	Masyarakat saat ini bisa melihat mana pasangan yang fokus pada pelaksanaan bukan sekadar wacana kebijakan (Paragraf 1)	Pergantian anak kalimat tidak membutuhkan subjek karena pada dasarnya adalah proses mengubah kata kerja yang bermakna tindakan ataupun kegiatan

Penggantian anak kalimat dalam sebuah teks berita, wartawan tidak selalu mengungkapkan gagasannya melalui teks yang secara eksplisit mengungkapkan maksud sebenarnya, namun kadang hal tersebut diungkapkan melalui kiasan, ungkapan atau kata-kata metafora. Hal ini dilakukan sebagai ornamen atau bumbu

dari wacana tersebut. Apa lagi dalam sebuah berita menjadi suatu elemen yang sulit untuk dilepaskan. Pembingkai berita sebagai bentuk ekspresif wartawan yang menciptakan berita, salah satu tujuannya yaitu sebagai sarana penghibur, penguat, dan bisa meyakinkan khalayak pembaca, sehingga isi berita yang diproduksi tersebut menjadi suatu keharusan dalam rangkaiannya dan melalui metaforalah wartawan melakukannya. Selain sebagai alasan estetik, metafora juga dipakai sebagai landasan berpikir, alasan membenarkan pendapat atau gagasan tertentu kepada publik (Eriyanto, 2002:259). Untuk mengamati lebih jauh mengenai penggantian anak kalimat, peneliti akan menyajikannya dalam bentuk kutipan paragraf untuk memudahkan analisisnya.

Masyarakat saat ini bisa melihat mana pasangan yang fokus pada pelaksanaan bukan sekadar wacana kebijakan (Paragraf 1)

Pergantian anak kalimat tidak membutuhkan subjek karena pada dasarnya adalah proses mengubah kata kerja yang bermakna tindakan ataupun kegiatan. Sementara tanpa anak kalimat berupa : *Pasangan Jokowi – JK akan fokus pada pelaksanaan bukan sekadar wacana kebijakan*. Tanpa anak kalimat yaitu strategi kata kerja pemberitaan. Penggantian anak kalimat mempertegas pemberitaan mengenai tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No. 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014.

Berbicara tentang pergantian anak kalimat ini berbicara tentang bagaimana caranya menggantikan nama Jokowi-JK calon dengan nama lain, salah satu contohnya adalah nama Jokowi diganti dengan kalimat Kinerjanya. Di mana kinerja dari revolusi mental yang ditonjolkan bukan Jokowi. Tujuan dari

penonjolan kinerja agar masyarakat semakin percaya untuk lebih memilih Jokowi. JK yang terlebih dahulu sudah populer pada masa menjadi Gubernur DKI Jakarta.

Sementara berbicara tentang bahasa metafora ini menggunakan bahasa metafor seperti dalam pemberitaan si Jokowi di dalam pandangan dan pemberitaan dari Anies Baswedan ini ada menggunakan metafor kayak “Anies mengatakan hal tersebut di sela-sela kunjungannya ke daerah Tangerang”. Di sela-sela di waktu-waktu gitu, di sela-sela berarti dalam artian kalau pergantian anak kalimat di sini adalah di sela-sela dalam artian dia selalu meluangkan waktu untuk mengunjungi ke beberapa tempat itu maksudnya. Nah itu bahasa-bahasa metafor, jadi kalau berbicara tentang penggunaan bahasa metafor ada di sini. Pasti menggunakan bahasa metafor.

Bagi tim sukses bahasa metafor sangat penting karena untuk menciptakan keindahan alur cerita dari berita yang disampaikan kepada masyarakat sehingga masyarakat dapat lebih nyaman, dan lebih menangkap berita yang disampaikan. Bahasa metafor untuk mengkiaskan sebuah permasalahan yang kedua adalah itu sebagai mempercantik teks yang diproduksi oleh tim sukses. Supaya lebih mudah dimengerti oleh masyarakat itu sendiri seperti halnya tadi di sela-sela ataupun dari bahasa bahasa lainnya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis terhadap pemberitaan tema revolusi mental dalam kampanye Capres RI No 2 di media sosial Facebook pada Pilpres 2014 seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan:

1. Konteks pasivasi : Pasivasi pada dasarnya, tidak melibatkan suatu kelompok atau aktor dalam suatu pembicaraan atau wacana, dalam hal ini setiap teks yang diproduksi mengandung kepentingan politik yang bisa tergambarkan dari pasivasi terletak pada penonjolan visi dan misi dari revolusi mental yang dibangun oleh tim sukses bukan penonjolan dari karakter dari Jokowi – JK sebagai kandidat No. 2 pemilihan Presiden itu sendiri.
2. Konteks nominalisasi : Dalam pemberitaannya, teks yang diproduksi oleh tim sukses tidak menyudutkan persaingan Prabowo atau menyudutkan pemerintahan sebelumnya, tetapi lebih menonjolkan tentang visi dan misi JKW4P yang bergerak pada level implementasi yang membahas mengenai pelaksanaannya bukan sekadar wacana kebijakannya saja. Artinya, bukan membahas tentang kondisi situasi di zaman Presiden SBY ataupun dari kandidat Prabowo-Hatta.