



**ISU SUKU, AGAMA, RAS DAN ANTARGOLONGAN DALAM POLITIK  
IDENTITAS PADA MEDIA SOSIAL MENJELANG PILKADA 2020  
DI INDONESIA**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Strata 1 ( S-1 ) Ilmu Komunikasi Bidang *Public Relations*

UNIVERSITAS  
Disusun oleh :  
MERCU BUANA

**WIDODO**

**44215120056**

**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2020**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**



**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul : **ISU SUKU, AGAMA, RAS, DAN ANTAR  
GOLONGAN DALAM POLITIK IDENTITAS  
PADA MEDIA SOSIAL MENJELANG PILKADA  
2020 DI INDONESIA**

Nama : Widodo

NIM : 44215120056

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 28 Juli 2020

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Mengetahui,

**Pembimbing,**

(Ardhariksa Z.K, M, Med. Kom)

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**



**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul : **ISU SUKU, AGAMA, RAS, DAN ANTAR  
GOLONGAN DALAM POLITIK IDENTITAS  
PADA MEDIA SOSIAL MENJELANG PILKADA  
2020 DI INDONESIA**

Nama : Widodo

NIM : 44215120056

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 8 Agustus 2020

Ketua Sidang,  
Dr. Elly Yuliawati, M.Si.   
(.....)

Penguji Ahli,  
Dr. Nurhayani Saragih, M.Si   
(.....)

Pembimbing,  
Ardhariksa Z.K, M, Med. Kom   
(.....)

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**



**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : **ISU SUKU, AGAMA, RAS, DAN ANTAR  
GOLONGAN DALAM POLITIK IDENTITAS  
PADA MEDIA SOSIAL MENJELANG PILKADA  
2020 DI INDONESIA**

Nama : Widodo

NIM : 44215120056

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 22 Agustus 2020

Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing,**

**Ketua Bidang Studi Public Relations**

(Ardhariksa Z.K, M, Med. Kom)

(Dr. Elly Yulawati, M.Si.)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**

(Ponco Budi Sulityo, M. Comm, Ph.D)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA



LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Widodo  
NIM : 44215120056  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Tugas Akhir dengan judul : **ISU SUKU, AGAMA, RAS DAN ANTARGOLONGAN DALAM POLITIK IDENTITAS PADA MEDIA SOSIAL MENJELANG PILKADA 2020 DI INDONESIA** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal

Jakarta, 28 Juli 2020

Yang membuat pernyataan,



Mengetahui,

Pembimbing,

(Ardhariksa Z.K, M, Med. Kom)

Ketua Bidang Studi

(Dr. Elly Yulawati. M.Si)



Nama : Widodo  
NIM : 44215120056  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : *Public Relations*  
Judul : **ISU SUKU, AGAMA, RAS DAN ANTAR GOLONGAN  
DALAM POLITIK IDENTITAS PADA MEDIA SOSIAL  
MENJELANG PILKADA 2020 DI INDONESIA**  
Bibliografi : 164 Halaman, 25 Buku, 9 Jurnal, 6 Website Internet

### ABSTRAK

Penelitian ini membahas adanya isu SARA dan politik identitas pada media sosial menjelang pilkada di Indonesia, peneliti ingin mengetahui bagaimana isu SARA dan politik identitas beredar pada grup *Whatsapp* sehingga merubah sikap entitas yang diakibatkan pesan pada media sosial menjadi konflik nyata.

Teori yang digunakan adalah komunikasi kelompok dan elaboration likelihood model (ELM), dengan strategi netnografi untuk melihat bagaimana peredaran pesan terjadi di jejaring media sosial grup *Whatsapp* UKM, Forum Pengusaha Muslim dan Indonesia Raya mulai dari mem-posting pesan hingga dapat merubah sikap entitas menjelang pilkada 2020 di Indonesia

Paradigma penelitian ini menggunakan konstruktivisme, dengan pendekatan kualitatif dan strategi netnografi. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer dan sekunder. Data primer didapatkan dengan wawancara mendalam terhadap narasumber. Data sekunder didapatkan dari literatur buku, jurnal dan hasil pengamatan berupa *screen capture Whatsapp*.

Hasil penelitian menunjukkan dalam grup *chatting Whatsapp* yang diikuti oleh peneliti menjadi bagian dari entitas terdapat pesan isu SARA yang diproduksi, disebar dalam grup *Whatsapp*, isu SARA dan politik identitas berdampak konflik antar anggota grup, seperti keluar dari anggota grup (*left grup*). Perubahan sikap nyata terjadi akibat pesan diproduksi, disebar dalam grup *Whatsapp* seperti adanya ujaran kebencian, kalimat provokatif, ajakan mobilisasi massa, berawal dari pesan SARA pada grup *Whatsapp* menjadi perubahan sikap berdampak nyata pada masyarakat luas menjelang pilkada di Indonesia.

Kata kunci – Isu SARA, *Whatsapp*, Pilkada.



Name : Widodo  
Student ID : 44215120056  
Faculty : Communication Science  
Study Program : Public Relations  
Title : **ISSUES, ETHNIC, RELIGIOUS, RACIST AND AMONG GROUPS IN POLITICAL IDENTITY AT SOCIAL MEDIA AHEAD OF THE 2020 ELECTIONS IN INDONESIA**  
Bibliografi : 164 Pages, 28 Book, 9 Journal, 6 Website Internet

### ABSTRACT

*The research discusses the issue of SARA and identity politics on social media ahead of the local elections in Indonesia. Researchers want to know how the issue of SARA and identity politics is circulating in the Whatsapp group so that it changes the attitude of the entity caused by messages on social media to become real conflicts.*

*The theory used is group communication and the elaboration likelihood model (ELM), with a netnographic strategy to see how messages circulate on the social media networks of the Whatsapp UKM group, Muslim Entrepreneurs Forum and Indonesia Raya, starting from posting messages to changing the attitude of the entity ahead of the elections. 2020 in Indonesia*

*This research paradigm uses constructivism, with a qualitative approach and a netnographic strategy. Data collection techniques use primary and secondary data. Primary data obtained by in-depth interviews with informants. Secondary data is obtained from literature books, journals and observations in the form of Whatsapp screen capture.*

*The results showed that in the Whatsapp chat group that was followed by the researcher as part of the entity, there were messages about SARA issues that were produced, spread in Whatsapp groups, issues of SARA and identity politics had an impact on conflicts between group members, such as leaving group members (left group). Real change in attitude occurs as a result of messages produced, spread in Whatsapp groups such as hate speech, provocative sentences, calls for mass mobilization, starting from SARA's message on the Whatsapp group to a change in attitude that has a real impact on the wider community ahead of the regional elections in Indonesia.*

*Keywords - SARA, Whatsapp, Pilkada issues.*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji saya panjatkan kehadirat Allah SWT, Karena dengan berkat, rahmat, nikmat ilmu pengetahuan dan kekuatan-Nya yang telah di berikan kepada penulis sehingga dapat menyusun, dan menyelesaikan tugas akhir skripsi. Sholawat serta Salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dukungan serta do'a dari orang tua penulis yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Dukungan moril maupun materil membuat penulis lebih semangat untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik.

Dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini diarahkan oleh pembimbing atas dukungan moral dan materil serta memberikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada bapak/ibu pembimbing sebagai berikut :

1. Bapak Ardhariksa Z K., M, Med. Kom. Sebagai pembimbing tugas akhir skripsi yang telah membimbing dan memberi arahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si. Sebagai Ketua Program Studi *Public Relations* Universitas Mercu Buana yang telah memberikan motivasi dan semangat agar bisa menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si. Selaku Ketua Bidang Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Ponco Budi Sulisty, M. Comn, Ph.D. Sebagai Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Dr. Nurhayani Saragih, M.Si Sebagai penguji ahli yang telah memberikan perbaikan skripsi dengan baik.



6. Seluruh Dosen S-1 Ilmu Komunikasi yang telah mengajarkan ilmu Komunikasi dalam perkuliahan.
7. Seluruh narasumber dalam penelitian ini, Pak M. Yusran, Mas Jadid, Ibu Chita Udiati, Ibu Cetang, Ibu Riska Amalia, Bapak Achmad Fahruzi, yang telah membantu ketersediaannya sebagai narasumber dalam penelitian ini. Seluruh pengurus atau grup UMKM Pondok Melati, Forum Pengusaha Muslim dan Indonesia Raya sebagai objek penelitian.
8. Kedua orang tua penulis, terima kasih atas do'a dan dukungan motivasi yang luar biasa.
9. Seluruh rekan-rekan mahasiswa yang telah memberikan semangat untuk dapat segera menyelesaikan skripsi ini dan lulus dengan hasil terbaik.

Kepada pihak yang telah dituliskan, terima kasih untuk semuanya, semoga menjadi amal kebaikan untuk semua dan semoga senantiasa diberikan kebaikan dan kebahagiaan dunia dan akhirat. Amiin.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta 28 Juli 2020

Widodo

NIM. 44215120056

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>Lembar Persetujuan Skripsi</b> .....	ii
<b>Lembar Lulus Sidang Skripsi</b> .....	iii
<b>Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi</b> .....	iv
<b>Lembar Pernyataan Mahasiswa</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Fokus Penelitian .....	18
1.3. Tujuan Penelitian .....	21
1.4. Manfaat Penelitian .....	22
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	23
2.1. Penelitian Terdahulu .....	23
2.2. Kajian Teoritis .....	43
2.2.1. Komunikasi .....	43
2.2.2. Komunikasi Sebagai Interaksi .....	44
2.2.3. Public Relations.....	45
2.2.4. Komunikasi Kelompok.....	47
2.2.5. Elaboration Likelihood Model.....	49

2.2.6. SARA.....	54
2.2.7. Pilkada di Indonesia .....	57
2.2.8. Media Sosial .....	60
2.2.9. Karakteristik Media Sosial.....	62
2.2.10. Whatsapp sebagai Media Sosial .....	64
2.2.11. Whatsapp sebagai Komunitas Virtual.....	66
2.2.12. Netnografi.....	67
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>71</b>
3.1. Paradigma Penelitian .....	71
3.2. Metode Penelitian .....	72
3.2.1. Jenis Penelitian .....	75
3.3. Subyek Penelitian .....	75
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	78
3.5. Teknik Analisis Data .....	79
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	81
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>83</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	83
4.2. Hasil Penelitian .....	88
4.2.1. Deskripsi Hasil Penelitian .....	88
4.2.2. Hasil Analisis Data .....	105
4.3. Pembahasan .....	111
4.3.1. Proses Komunikasi Kelompok .....	112
4.3.2. Solusi Konflik .....	120
4.3.3. Temuan Penelitian.....	123

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>128</b>
5.1. Kesimpulan .....	128
5.2. Saran .....	130
5.2.1. Saran Teoritis .....	130
5.2.2. Saran Praktis .....	130
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>132</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>136</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Elaboration Likelihood Model.....	52
Gambar 2.2. <i>Blended</i> ethnography/netnography.....	64
Gambar 4.1. <i>Screen Capture</i> Aktivitas Grup <i>Whatsapp</i> Indonesia Raya .....	93
Gambar 4.2. <i>Screen Capture</i> Aktivitas Grup <i>Whatsapp</i> Usaha Para UKM...	94
Gambar 4.3. <i>Screen Capture</i> Aktivitas Grup <i>Whatsapp</i> DPP Pusat FPM.....	96
Gambar 4.4. <i>Screen Capture</i> Aktivitas Grup <i>Whatsapp</i> Usaha Para UKM...	98
Gambar 4.5. <i>Screen Capture</i> Aktivitas Grup <i>Whatsapp</i> Indonesia Raya.....	99
Gambar 4.6. <i>Screen Capture</i> Aktivitas Grup <i>Whatsapp</i> Indonesia Raya.....	100

