

Interpretasi Tagar #Savehajilulung Di Kalangan Netizen Pengguna Twitter

H.H. Daniel Tamburian

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara
tamburian@gmail.com

Abstract

#SaveHajiLulung Tagar had become so phenomenal virtual world for people all over the world. This study aims to determine how the interpretation tagar #SaveHajiLulung among netizens twitter users considering the mismatch context with the content of the tweet hashtag netizen. The theory used include communication theory, mass communication, new media, social media, netizens and the theory of reputation. The method used is descriptive qualitative. The data collection techniques are interviews with key informants and users tagar #SaveHajiLulung, observation and study of literature. The results showed tagar #SaveHajiLulung interpretation is a form of sarcasm and harsh criticism against the figure of Haji Lulung.

Keywords: *Interpretation, Reputation, Personal Reputation*

Abstrak

Tagar #SaveHajiLulung sempat menjadi begitu fenomenal bagi masyarakat dunia maya di seluruh dunia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana interpretasi tagar #SaveHajiLulung di kalangan netizen pengguna *twitter* mengingat ketidaksesuaian konteks tagar dengan isi dari *tweet netizen*. Teori yang digunakan diantaranya teori komunikasi, komunikasi massa, *new media*, media social, netizen dan teori reputasi. Metode penelitian yang digunakan ialah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan yaitu wawancara dengan key informan dan pengguna tagar #SaveHajiLulung, observasi dan kajian pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan interpretasi tagar #SaveHajiLulung merupakan bentuk sindiran dan kritik keras terhadap sosok Haji Lulung.

Kata Kunci: Interpretasi, Reputasi, Personal Reputation

Pendahuluan

Internet adalah salah satu bentuk *new media*. Memasuki tahun 2000, internet telah memasuki fase baru yang disebut *web 2.0*, dimana fase ini bisa disebut sebagai titik awal dari kemudahan bagi manusia dalam berkomunikasi. Bagaimana tidak, melalui *web 2.0*. tidak hanya sebagian orang, namun semua pihak bisa ikut berpartisipasi dan berekspresi. Perkembangan teknologi ini ibarat membuka alam semesta baru bagi para pengguna media, dimana setiap orang bisa memiliki area mereka masing-masing yang dapat menghubungkannya dengan dunia luar.

Tak bisa dipungkiri, internet telah membantu kita dalam kehidupan sehari-hari. Mengakses dan memilah informasi bahkan menyampaikan pesan kepada

komunikasikan bukan lagi hal yang sulit untuk dilakukan. Dengan internet, manusia seolah tak lagi mengenal batasan jarak dan waktu, komunikator dan komunikan dapat terhubung kapanpun dan dimanapun. Tidak hanya penduduk dunia, pengguna internet di Indonesia-pun ikut menikmati kemudahan berkomunikasi, dibuktikan dengan pernyataan APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) yang menyatakan jumlah pengguna internet pada tahun 2013 mencapai 71,19 juta, meningkat 13 persen dibanding tahun 2012 yang mencapai sekitar 63 juta pengguna (sumber: www.apjii.or.id, diakses tanggal 24 Maret 2013, pukul 15:16). Berdasarkan *survey* di tahun 2012, APJII bahkan sempat memprediksi pengguna internet di Indonesia akan mencapai 139.000.000 atau lebih dari setengah dari jumlah penduduk Indonesia.

Terdapat bermacam-macam aplikasi di internet yang dapat digunakan sebagai tempat bertukar informasi dan komunikasi. Salah satu aplikasi yang dapat dimanfaatkan adalah media sosial. Saat ini media sosial menjadi suatu *trend* yang berkembang di masyarakat. Dengan bantuan teknologi media jejaring sosial (*facebook, twitter*) seseorang bisa melakukan komunikasi dari mulut ke mulut tanpa bertatap muka dengan cepat dan lebih luas lingkup penyebarannya (Santosa, 2011). Media sosial merupakan suatu medium yang digunakan untuk bersosialisasi dengan menggunakan internet. Keberadaan media sosial ini memudahkan pengguna untuk berinteraksi lebih mudah dengan orang-orang dari seluruh belahan dunia, serta biaya yang lebih murah dibandingkan menggunakan telepon. Selain itu, dengan adanya media sosial, penyebaran informasi dapat berlangsung dengan cepat.

Terdapat banyak aplikasi di internet yang termasuk dalam media sosial. Contoh beberapa media sosial adalah *Facebook, Twitter, Path, Instagram, LinkedIn*, dsb. Masing-masing media tersebut menawarkan kelebihan dan fasilitas yang dapat digunakan dan menarik perhatian penggunanya. *Twitter* merupakan sebuah situs untuk layanan untuk teman, keluarga, dan rekan kerja untuk berkomunikasi dan tetap terhubung melalui pertukaran cepat. *Twitter* adalah kombinasi dari berbagai bentuk komunikasi, namun perbedaan utamanya adalah bahwa posting, atau *tweet*, hanya terbatas untuk 140 karakter atau kurang (<http://tweeternet.com/>). Pengguna *Twitter* dapat mengirim *update* status yang dinamakan *tweet*, mengikuti dan melihat *update tweet* dari pengguna lain dan mengirim balasan umum atau pesan langsung (*direct message*) untuk terhubung dengan pengguna lain. Untuk mendapatkan informasi dari pengguna lain pemilik akun harus mengikuti (*follow*) akun yang diminati.

Tweet-tweet dari pengguna lain akan muncul pada halaman *timeline* pemilik akun. Untuk menulis *tweet*, pengguna bisa *re-tweet* pesan yang ditemukan dan disukai, atau balas dengan *tweet* yang diawali tanda "@" lalu ketikkan nama orang tersebut (Kusuma, 2009). Terdapat beberapa istilah-istilah yang umum ditemui pada *Twitter*, yaitu:

- a. *Timeline* adalah daftar *tweet* terbaru dari pengguna *Twitter* yang diikuti pemilik akun, termasuk *tweet* yang dibuat pemilik akun.
- b. *Direct Message (DM)* yaitu fasilitas berkirim pesan antar pengguna secara lebih *private*. DM hanya bisa dilakukan oleh pihak yang diikuti (*follow*).
- c. *Trending topics* adalah daftar tema yang tengah hangat diperbincangkan di kalangan pengguna *Twitter*.
- d. *Tweet* merupakan informasi yang terdiri dari pesan 140 karakter. *Tweet* berisi berita terbaru ("apa yang sedang terjadi") yang berkaitan dengan hal-hal yang pemilik akun gemari.
- e. *Reply tweet* atau *response tweet (RT)* adalah komentar atau balasan atas *tweet*.

- f. *Retweet* adalah menyalin seluruh isi *tweet* dari akun lain.
- g. *Follow* adalah mengikuti akun dan informasi yang disampaikan oleh seorang pengguna.
- h. *Follower* adalah pengikut atau yang mengikuti akun seseorang.
- i. *Mention* (@) digunakan untuk menyebut *username* pihak yang akan diajak berkomunikasi. Penggunaan simbol ini berada di awal sebelum menuliskan *username* pihak yang dituju.
- j. *Hashtags* atau tanda pagar/tagar (#) adalah tanda yang digunakan untuk menandai kata kunci untuk topik diskusi atau informasi yang dibagikan agar mudah dicari (Kusuma, 2009).

Jakarta merupakan salah satu kota yang paling aktif dalam menggunakan akun *twitter* diurutkan berdasarkan lokasi geografis pengguna ketika mengunggah *tweet*. Hal ini dibuktikan dengan hasil survei Semiocast (2012) menunjukkan Jakarta menduduki peringkat pertama sebagai kota dengan peringkat *tweet* terbanyak dari dua puluh kota besar dunia. Hal ini yang memicu mudahnya *twitter* Indonesia mendobrak *trending topic* bahkan hingga cakupan dunia. Beberapa kata kunci atau *hashtag* berhasil didorong menjadi topik paling banyak diperbincangkan di *twitter*.

Salah satu *trending topic* yang belum lama ini meroket hingga belahan dunia ialah tagar #SaveHajiLulung. Tagar ini mampu bertahan selama 3 hari berturut-turut dalam deretan 10 teratastrending *topic worldwide*. Beberapa artis *Hollywood* seperti Taylor Swift dan Justin Bieber bahkan sempat dibuat penasaran dengan sosok Haji Lulung (sumber: www.twitter.com). Tagar #SaveHajiLulung merupakan tagar yang dibuat oleh masyarakat Indonesia untuk wakil ketua DPRD DKI Jakarta, Abraham Lunggana atau yang lebih dikenal dengan panggilan Haji Lulung. Nama Haji Lulung mulai dikenal publik sejak konflik pertamanya dengan Ahok di tahun 2013 terkait pengusuran pedagang kaki lima di daerah Tanah Abang, Jakarta Pusat.

Ahok yang saat itu menjabat sebagai wakil gubernur DKI Jakarta bermaksud ingin menertibkan para pedagang liar dan merelokasi mereka ke Blok G. Para pedagang yang telah mendapat pernyataan resmi itupun mengabaikan keputusan pemerintah dan bersikeras untuk bertahan di lapak mereka yang terdahulu. Para pedagang merasa aman karena mereka telah membayarkan sejumlah uang pada “preman” Tanah Abang yang belakangan baru diketahui terkait dengan Ketua DPW PPP DKI, Abraham Lunggana. Perdebatanpun tak terelakan terjadi antara Ahok dan Haji Lulung.

Selang beberapa waktu, kisruh diantara Haji Lulung dan Ahok kembali terjadi. Kali ini melibatkan DPRD DKI Jakarta dan disebabkan oleh dugaan Ahok terhadap adanya anggaran dana siluman dalam APBD DKI Jakarta. Kisruh ini semakin memanas karena tidak ditemukannya jalan keluar ketika rapat mediasi di Kementrian Dalam Negeri. Media massapun turut meliput proses mediasi ini. Haji Lulung menjadi pihak DPRD yang lebih mendominasi rapat mengingat jabatannya yang memang penting. Namun situasi yang menjadi sorotan ialah saat Haji Lulung menginterupsi pidato penutup Ahok, terlebih saat pertemuan ditutup terdengar lontaran kasar yang diucapkan salah seorang anggota DPRD kepada Ahok yang berbau SARA.

Tidak hanya itu, penyebab lain kemunculan tagar #SaveHajiLulung ialah gaya berbahasa Haji Lulung yang sempat dikutip oleh Tempo yaitu “saya meludah saja jadi duit”. Pernyataan dari Haji Lulung ini secara tidak langsung menyulut perhatian

masyarakat akan sosok Haji Lulung yang tak biasa. Hal inilah yang kemudian memunculkan ide-ide akan pembuatan sosok Haji Lulung menjadi meme.

Sosok Haji Lulung yang fenomenal-pun langsung menjadi sorotan netizen pengguna *Twitter*. Tepat di malam tanggal 5 Maret 2015 tagar #SaveHajiLulung meroket menjadi *trending topic* di dunia. Tidak tanggung-tanggung, tagar #SaveHajiLulung mampu bertahan di deretan 10 teratas *trending topic worldwide* selama tiga hari berturut-turut. Beberapa artis lokal seperti Addie MS dan artis *Hollywood* (Taylor Swift dan Justin Bieber) bahkan sempat mengomentari tagar #SaveHajiLulung ini.

Berbeda dengan tagar-tagar yang pernah menjadi *trending topic* sebelumnya seperti #SaveAhok dan #SaveKPK yang berisi dukungan dan pujian, tagar #SaveHajiLulung lebih dikategorikan berisi ledekan dan cemoohan. Masyarakat merespon dan memberikan *feed back* terhadap sikap seorang Haji Lulung melalui media sosial seperti *twitter*. Enda Nasution (dalam Hasanuddin dkk, 2010). menyatakan bahwa medial sosial lebih banyak digunakan untuk mendobrak simbol-simbol otoratif, seperti lembaga pemerintahan, politisi, partai politik, dan juga orang tua

Fungsi *Twitter* sebagai media aspirasi dan wadah bagi warga untuk menyampaikan aspirasi politiknya sudah tidak bisa diremehkan lagi. Hal ini juga didukung dengan pernyataan dari Stevan Stieglitz dan Lin Dan Xuan (2012) dalam jurnal penelitiannya yang berjudul *Social Media And Political Communication: A Social Media Analytics Framework*.

Bila *Twitter* dapat menjadi wadah yang memadai bagi penggunaannya untuk bisa menyampaikan saran-saran politiknya, maka penulis akan melihat dari sisi sebaliknya. Dimana *twitter* sebagai media sosial ternyata juga bisa menimbulkan reputasi baik ataupun buruk bagi subjek yang bersangkutan. Seperti yang terjadi dengan Haji Lulung. Sebetulnya, media jejaring sosial tidak hanya memiliki kekuatan sosial, politik, dan budaya, tetapi dari perspektif komunikasipun berperan pula tidak hanya sebagai alat atau media komunikasi, tetapi akan membentuk publisitas dan pencitraan individu atau lembaga (Junaedi, 2011 : xiii). Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, penulis tertarik untuk meneliti mengenai “Interpretasi Tagar #SaveHajiLulung di Kalangan Netizen Pengguna *Twitter*”.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui bagaimana interpretasi tagar #SaveHajiLulung di kalangan netizen pengguna *twitter*. Untuk itu penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif.

Bodgan dan Taylor dalam Basrowi mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang diamati (Basrowi, 2008). Kemudian masih dalam Basrowi menurut Miles dan Huberman, metode kualitatif adalah metode yang berusaha mengungkapkan berbagai keunikan yang terdapat dalam individu, kelompok, masyarakat atau organisasi dalam kehidupan sehari-hari secara menyeluruh, rinci, dalam dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah (Basrowi, 2008).

Mayer dan Greenwood dalam Silalahi mengatakan bahwa penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara cermat suatu permasalahan juga

berfokus pada pertanyaan dasar “bagaimana” dengan berusaha mendapatkan dan menyampaikan fakta-fakta dengan jelas, teliti dan lengkap tanpa banyak detail yang tidak penting seperti pada penelitian eksploratif (Silalahi,).

Di pihak lain Burhan Bungin mengatakan bahwa desain penelitian deskriptif kualitatif mengimplementasikan teorisasi dengan model deduksi. Model tersebut menggunakan teori sebagai alat penelitian untuk memilih dan menentukan masalah, melakukan pengamatan hingga menganalisis data (Bungin, 2010).

Riset kualitatif bertujuan untuk memperjelas fenomena dengan sedalam-dalamnya dengan mengumpulkan data. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling, bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Disini yang ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data (Kriyantono, 2006).

Subjek dalam konsep penelitian merujuk pada responden, informan yang hendak dimintai informasi atau digali datanya. Dalam sebuah penelitian, subjek penelitian memiliki peran yang sangat strategis karena pada subjek penelitian, itulah data tentang variabel yang akan diamati dalam penelitian tersebut (Amirin dalam Idrus, 2009). Subjek dari penelitian ini adalah 5 netizen *twitter* pengguna tagar #SaveHajiLulung.

Objek Penelitian Penelitian ini dilakukan guna mengetahui bagaimana interpretasi tagar #SaveHajiLulung di kalangan netizen pengguna twitter dan juga bagaimana pandangan masyarakat terhadap Haji Lulung. Untuk mengetahuinya, penulis akan menjadikan tagar #SaveHajiLulung yang muncul dari tanggal 5 Maret 2015 hingga 7 Maret 2015 di twitter sebagai objek penelitian ini.

Lokasi dan Waktu Penelitian Penulis akan melakukan penelitian pada tagar #SaveHajiLulung di Twitter yang menjadi *trending topic world wide* dari tanggal 5 Maret 2015 – 7 Maret 2015.

Teknik Pengumpulan Data untuk memperkuat informasi yang akan diperoleh maka metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan wawancara, observasi dan kajian pustaka.

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2010). Sedangkan menurut Samiaji Sarosa wawancara adalah satu alat yang paling banyak digunakan untuk mengumpulkan data penelitian kualitatif. Wawancara memungkinkan peneliti mengumpulkan data yang beragam dari para responden dalam berbagai situasi dan konteks (Sarosa, 2012).

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara semiterstruktur (*Semistructured Interview*). Wawancara jenis ini sudah termasuk dalam kategori *in-depth interview*, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas dibandingkan wawancara. Tujuan dari wawancara semiterstruktur ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka dimana pihak yang dijadikan sebagai informan atau narasumber dimintai pendapat dan ide-idenya (Sugiyono, 2013). Teknik pengumpulan data yang kedua dalam penelitian ini yaitu dengan observasi. Menurut Indriantoro dan Supomo dalam Ruslan observasi diartikan sebagai proses pencatatan pola perilaku subjek (orang), objek (benda-benda) atau keadaan yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diamati. Melalui observasi, peneliti belajar tentang perilaku, dan makna mengenai perilaku tertentu (Ruslan, 2010).

Sedangkan menurut Burhan Bungin, metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan (Bungin, 2010). Suatu kegiatan pengamatan dapat dikategorikan sebagai kegiatan pengumpulan data penelitian apabila pengamatan digunakan dalam penelitian dan telah direncanakan secara serius, pengamatan berkaitan dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, pengamatan dicatat secara sistematis dan dihubungkan dengan proporsi umum dan bukan dipaparkan sebagai sesuatu yang menarik perhatian dan yang terakhir pengamatan dapat dicek dan dikontrol mengenai keabsahannya (Bungin, 2010).

Teknik pengumpulan data yang ketiga dalam penelitian ini yaitu dengan kajian pustaka. Menurut Sandjaja dan Heriyanto, studi kepustakaan merupakan hal yang penting dalam suatu penelitian, karena informasi yang relevan dengan masalah penelitian dapat ditemukan melalui studi kepustakaan (Sandjaja dan Heriyanto, 2006). Dalam penelitian ini, penulis memanfaatkan buku-buku bacaan yang berkaitan dengan Ilmu Komunikasi, hasil penelitian terdahulu, serta bahan bacaan lainnya untuk mendukung teori yang penulis gunakan dalam penelitian ini. Kajian pustaka diperoleh dari berbagai sumber, seperti jurnal ilmiah dan buku. Penulis menggunakan informasi mengenai teori dan konsep yang ditemukan tersebut untuk mendukung penelitian ini.

Hasil Penemuan dan Diskusi

Fenomena tagar #SaveHajiLulung yang dijadikan *netizen* sebagai media untuk menyampaikan pendapatnya tentu membentuk suatu pandangan masyarakat terhadap sosok Haji Lulung. Serupa dengan apa yang diutarakan oleh Effendi Gazali dalam wawancaranya dengan penulis bahwa media sosial seperti *twitter* adalah cerminan dari masyarakat dan hidup dalam masyarakat.

Bukan hanya itu, Boni Hargens seorang pengamat politik di Indonesia juga menjelaskan *tweet-tweet* tersebut merupakan kritik keras terhadap sosok Haji Lulung. Untuk itu dalam bab ini, penulis akan menganalisis lebih dalam mengenai gambaran atau pandangan dan juga reputasi Haji Lulung di mata *netizen* pengguna *twitter*.

Interpretasi tagar #SaveHajiLulung di Kalangan Netizen Pengguna Twitter

a) Akun @bebiben

Akun *twitter* ini dimiliki oleh seorang pria bernama Benyamin. Ia merupakan orang yang pertama kali mengupload *tweet* candaan satir dengan tagar #SaveHajiLulung di tanggal 5 Maret 2015. Melalui wawancara yang dilakukan dengan penulis, Benyamin menceritakan awalnya ia hanya melihat-lihat ramainya pemberitaan mengenai Haji Lulung di portal-portal berita yang ada di *twitter*. Setelah membaca berita-berita tersebut, Benyamin mengaku menganggap Haji Lulung sebagai sosok yang super power, terlebih karena pekerjaan Haji Lulung yang diketahui sebagai “preman” di Tanah Abang dan juga sosok Haji Lulung yang selalu kontroversial di setiap kemunculannya. Terinspirasi dengan Chuck Norris, seorang aktor asal Amerika Serikat, akhirnya hal ini membuat Benyamin terpikir untuk menjadikannya sebagai guyonan di *twitter*, hingga terjadilah fenomena tagar #SaveHajiLulung.

Mengenai pemilihan nama tagar dengan penggunaan kata “save” yang artinya sangat bertolak belakang dengan candaan dan sindiran terhadap Haji Lulung, Benyamin mengaku kalau itu adalah bentuk sikap muaknya terhadap tren sosial yang terjadi di masyarakat belakangan ini, berupa penggunaan kata “save” untuk mendukung satu pihak yang sedang terlibat masalah sosial. Contohnya seperti #SaveAhok yang ditujukan kepada gubernur DKI Jakarta dan #SaveKPK yang ditujukan untuk lembaga pemberantasan korupsi.

Bagi Benyamin, Haji Lulung adalah sosok yang kontroversial dan berkarakter. Ia mengakui latar belakang Haji Lulung yang terkenal sarat akan kekerasan, namun ia tidak memungkiri bagaimana Haji Lulung dapat mencapai jabatannya seperti sekarang. Dalam pernyataannya, Benyamin tidak menganggap remeh kemampuan Haji Lulung yang bisa merakit kesuksesannya dari seorang pemungut sampah, hingga menjadi wakil ketua DPRD DKI Jakarta. Ia menilai perjuangan Haji Lulung bukanlah hal yang bisa dianggap remeh dan tak semua orang bisa melakukannya. Namun di sisi lain, Benyamin juga menilai Haji Lulung memiliki strategi komunikasi ataupun cara penyampaian pesan yang buruk. Menurut Ardianto dalam jurnal yang berjudul Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Harian Pikiran Rakyat Dan Harian Kompas Sebagai *Public Relations* Politik Dalam Membentuk *Branding Reputation* Presiden Susilo Bambang Yudhoyono bahwa bila sebuah pemerintahan ataupun tokoh politik menggunakan strategi komunikasi atau *public relations* yang tidak tepat, juga pemilihan komunikator atau media komunikasinya tidak tepat pula maka hal tersebut akan menimbulkan reputasi yang buruk (Ardianto, 2012 : 30).

Benyamin kemudian juga mengakui tagar #SaveHajiLulung yang dibuatnya merupakan sindiran sekaligus kritikan yang bersifat sarkasme. Tanpa ada niat menjatuhkan, ia menerangkan kritikan tersebut muncul dari sikap-sikap Haji Lulung yang terus menerus menyerang Ahok. Bebiben yang mengaku sebagai pendukung Ahok mengungkapkan, turunnya kredibilitas Haji Lulung dimatinya disebabkan karena sikap Haji Lulung yang melawan dan menentang kebijakan Ahok. Penertiban PKL Tanah Abang yang Benyamin nilai sebagai kebijakan baik dari Pemprov DKI dan juga memberi dampak positif bagi warga Jakarta dinilai tak sepatutnya dicegah oleh Haji Lulung. Apalagi, di sisi lain, Haji Lulung menjabat sebagai wakil ketua DPRD DKI Jakarta yang seharusnya bekerja untuk kepentingan rakyat dan bukan memprioritaskan kepentingannya sendiri.

b) Akun @rockadocta

Akun *twitter* @rockadocta dimiliki oleh seorang penyiar radio bernama Diana Leiwakabessy. Diana menceritakan bahwa dirinya adalah orang yang suka mengikuti perkembangan tren yang ada di masyarakat. Sehingga ketika ia melihat tagar #SaveHajiLulung menjadi begitu fenomenal di *twitter*, iapun tanpa pikir panjang ikut menggunakan tagar tersebut.

Diana mengakui bahwasanya tagar #SaveHajiLulung merupakan bentuk kritikan yang digunakan untuk menyindir sikap-sikap Haji Lulung. Ia menilai kasus dana siluman APBD 2015 Jakarta itu sudah menimbulkan sentimen di masyarakat karena sikap Haji Lulung yang selalu menentang kebijakan Ahok. Di sisi lain, Diana juga mengungkapkan kekecewaannya terkait respon yang dimunculkan Haji Lulung dan rekan-rekannya yang menyerang Ahok di rapat mediasi kasus dugaan korupsi APBD 2015. Mengenai sosok Haji Lulung, Diana mengungkapkan:

“Dia adalah orang yang disegani, dia punya reputasi yang baik tapi kadang sebagai public figure, sebagai orang yang tindak tanduknya diperhatikan sama masyarakat koq dia kayanya agak kurang ya.. kurang bisa menempatkan diri sebagaimana mestinya. Gua sih menganggap haji lulung itu lebih mementingkan diri atau golongannya sendiri aja, bukan masyarakat luas”

Melalui penjelasannya di atas, Diana menilai Haji Lulung sebagai sosok yang tidak mementingkan kepentingan masyarakat. Dalam kata lain, Haji Lulung dinilai memiliki dan tanggung jawab sosial yang buruk.

Selaku anggota DPRD, mengedepankan kepentingan masyarakat banyak ialah kewajiban. Jika Haji Lulung tidak melaksanakan kewajibannya dengan baik, itu menandakan kredibilitasnya menurun. Haji lulung juga dirasa belum memenuhi aspek tanggung jawab sosial.

c) @pangeransiahaan

Pemilik akun ini bernama Pangeran Siahaan. Pangeran mengakui dirinya adalah orang memperhatikan tren sosial. Ia termotivasi menggunakan tagar #SaveHajiLulung karena melihat isinya yang menarik dan lebih mengarah ke candaan segar.

Dalam wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan Pangeran, ia mengaku menyukai isi dari *tweet-tweet* berisi tagar #SaveHajiLulung yang bernada humor sekaligus ingin menyindir Haji Lulung dengan candaan-candaan tersebut. Lebih jelasnya ia mengungkapkan tagar tersebut berupa bentuk hinaan terhadap Haji Lulung. Dengan adanya tagar tersebut, masyarakat seolah memberikan respon terhadap apa yang telah dilakukannya.

“Sosok yang sama dengan politisi kebanyakan di Indonesia yang seolah mewajarkan hidup dengan KKN. Terkesan seperti selama tidak di ketahui public ya tidak apa-apa. Bagi saya dia itu termasuk preman kelas atas atau bisa dibilang mafia”

Pangeran menyatakan, kritik tersebut dimunculkan olehnya untuk tindakan-tindakan Haji Lulung sebagai ketua DPRD DKI Jakarta yang ia nilai selalu berbeda visi dan misi dengan Pemprov DKI. Hal ini ia ungkapkan karena melihat Haji Lulung yang terus menyerang kebijakan Pemprov DKI, contohnya saat Ahok akan menertibkan pedagang kaki lima di tanah abang. Pangeran menilai langkah Haji Lulung tidak bisa menunjukkan kalau ia tidak terlibat dalam daftar orang yang berpengaruh di Tanah Abang. Hal ini kemudian menimbulkan opini akan Haji Lulung yang sangat berpengaruh di daerah Tanah Abang tersebut.

d) @tikabanget

Akun ini dimiliki oleh seorang ibu rumah tangga yang juga aktif dalam menyuarakan pendapatnya di media social *twitter*, namanya ialah **Atika Nurkoestanti**. Wanita yang akrab dipanggil Tika ini menilai Haji Lulung sebagai sosok yang berpengaruh di dunianya. Lebih lanjut, Diana mengutarakan, sebagai pemegang kekuasaan di Tanah Abang, apalagi untuk jangka waktu yang tidak singkat, membuktikan Haji Lulung memiliki pengaruh yang sangat kuat ke berbagai bidang. Yang bisa terlihat ialah pengaruhnya ke dunia preman dan dunia pengusaha.

Haji Lulung, di mata Tika juga merupakan sosok yang memiliki banyak anak buah mengingat kekuasaannya yang begitu besar.

Terkait tagar #SaveHajiLulung, Diana mengakui itu adalah bentuk sindiran sosial yang bisa ia sampaikan untuk mengomentari sikap-sikap Haji Lulung. Baginya, media sosial seperti *twitter* adalah salah satu cara untuk mengungkapkan kemarahan sekaligus keputusan yang ia rasakan. Menurut Diana, Haji Lulung sama seperti kebanyakan tokoh politik yang ada saat ini, yang selalu memprioritaskan kepentingan pribadi ataupun golongannya sendiri. Sikap Haji Lulung selama ini dinilai tidak mementingkan kesejahteraan bersama yang jelas-jelas merupakan kewajibannya atau pilihan yang harus dijalaninya sebagai wakil rakyat.

e) Akun @doggudoggu

Akun ini dimiliki oleh seorang wanita bernama Bernadette. Bernadette merupakan orang yang aktif di *twitter*. Dalam wawancaranya dengan penulis, Bernadette sempat mengatakan adanya perubahan pesan yang berusaha ia sampaikan ke masyarakat. Hal tersebut terungkap melalui wawancara antara Bernadette dengan penulis. Berikut penuturan Bernadette:

“Sebenarnya *hashtag* #SaveHajiLulung tuh gua mau gambarin *supreme evil*. Gua lupa gua *ngetweet* apa sih, basically, this guy is so evil. Bahkan evilnya tuh melebihi, *i don't know* darth vader atau apalah gitu. Tapi *along the way tweet* ini tuh malah berubah jadi kaya Chuck Norris.”

Sama seperti keempat narasumber sebelumnya, Bernadette juga mengungkapkan tagar #SaveHajiLulung ialah bentuk kritik keras yang ia layangkan kepada Haji Lulung. Walaupun ia tidak meyakini, pesan yang ia sampaikan melalui *tweet* tersebut bisa dimengerti, tapi sebagian dari dirinya merasa berharap Haji Lulung bisa menyadari ketidaksukaannya terhadap sikap-sikap yang ditunjukkan Haji Lulung. Dalam wawancaranya, Bernadette menyamakan Haji Lulung dengan Darth Vader, tokoh antagonis dalam film Star Wars. lebih jelasnya, Bernadette mengungkapkan bagaimana sosok Haji Lulung dimatanya. Bernadette mendefinisikan sosok Haji Lulung sebagai mafia atau mobster berdasarkan latar belakang Haji Lulung yang secara resmi memang memiliki pekerjaan dalam bidang jasa keamanan, perparkiran, dan penagihan utang (https://id.wikipedia.org/wiki/Lulung_Lunggana, diakses tanggal 27 Juni 2015 pukul 13.01 WIB). Hal ini menjelaskan bagaimana sosok Haji Lulung memang sangat identik dengan kekerasan dan dunia preman.

Penjabaran dari kelima netizen pengguna *twitter* diatas terkait sosok Haji Lulung mengacu pada pandangan bahwa sebagai wakil ketua DPRD DKI Jakarta, Haji Lulung masih belum menjalankan kewajibannya dengan baik, ia dinilai tidak cukup peduli dan mengedepankan kepentingan masyarakat banyak. Selain itu, latar belakang Haji Lulung yang memang berasal dari dunia kekerasan, ternyata membangun image negatif mengenai gambaran netizen *twitter* tentang sosoknya. Kesan preman seolah sudah melekat pada diri wakil ketua DPRD DKI Jakarta ini. Menurut pengamat politik sekaligus dosen Universitas Indonesia, Boni Hargens latar belakang Haji Lulung ia nilai memang akan menimbulkan image negatif, namun bagaimana reputasinya bisa dikonfirmasi melalui perilaku Haji Lulung di DPRD.

Terkait strategi komunikasi Haji Lulung yang buruk, menurut Ardianto (2012) dalam jurnalnya yang berjudul Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Harian Pikiran Rakyat Dan Harian Kompas Sebagai *Public Relations* Politik Dalam Membentuk *Branding Reputation* Presiden Susilo Bambang Yudhoyono menyatakan banyak

kebijakan suatu pemerintah yang disampaikan menimbulkan reputasi yang buruk, karena strategi komunikasi atau *public relations*-nya tidak tepat, juga pemilihan komunikator atau media komunikasinya tidak tepat pula. Sehingga dapat disimpulkan, strategi komunikasi yang buruk dari Haji Lulung bisa menyebabkan reputasi yang buruk juga bagi dirinya.

Fombrun (dalam Ardianto, 2012 : 25) menyatakan adanya empat sisi yang bisa dijadikan sebagai acuan untuk menilai reputasi korporat, yaitu:

- a. *Credibility* (Kredibilitas di mata para investor)
Merupakan citra yang ditujukan kepada investor (yayasan) di mana *credibility* ini mempunyai 3 karakteristik yaitu, memperlihatkan profitabilitas, dapat mempertahankan stabilitas dan adanya prospek pertumbuhan yang baik.
- b. *Trustworthiness* (Terpercaya dalam pandangan karyawan) Citra ini di mata karyawan, di mana organisasi mendapat kepercayaan dari karyawan (karyawan percaya pada organisasi), organisasi dapat memberdayakan karyawan dengan optimal dan organisasi dapat menimbulkan rasa memiliki dan kebanggaan bagi karyawan.
- c. *Reliability* (Keterandalan di mata konsumen) Citra ini dibangun untuk konsumen, melalui selalu menjaga mutu produk atau jasa, menjamin terlaksananya pelayanan prima yang diterima konsumen.
- d. *Responsibility* (Tanggung jawab sosial) Citra untuk masyarakat sekitar, seberapa banyak atau berarti organisasi membantu pengembangan masyarakat sekitar, seberapa peduli organisasi terhadap masyarakat dan jadilah perusahaan yang ramah lingkungan.

Mengacu pada pengertian mengenai reputasi diatas maka bila sebuah perusahaan memiliki reputasi yang baik, hal tersebut akan mempengaruhi keharmonisan hubungan perusahaan dengan *stake holders* yang ada di perusahaan, dengan kata lain keuntungan yang dihasilkan akan menjadi lebih banyak. Para pelanggan rata-rata juga menyukai produk-produk dari perusahaan yang memiliki reputasi baik (Morley dalam Ardianto, 2012 : 30).

Sama halnya dengan yang terjadi di pemerintahan, yang membedakan ialah perusahaan mengacu pada keuntungan atau profit sedangkan pemerintahan bersifat *non profit*. Kebijakan yang dihasilkan oleh tokoh-tokoh politik akan membentuk reputasi dari tokoh itu sendiri yang hasilnya bisa dilihat berupa dukungan dari masyarakat. Tokoh politik bisa menjaga reputasi dengan membuat kebijakan-kebijakan yang sesuai dengan aspirasi rakyatnya, dan menjadikan rakyatnya sebagai pemilih yang loyal terhadap dirinya. Sebuah pemerintahan "jualannya" untuk memelihara dan meningkatkan reputasi bukan produk atau jasa, melainkan sebuah kebijakan yang memadukan kepentingan top down (pemerintah) dan bottom up (rakyat) melalui kegiatan komunikasi atau *public relations* yang efektif (Ardianto, 2012 : 30). Layaknya korporat, seorang tokoh politik dapat diketahui reputasinya dilihat dari sisi kredibilitas, kepercayaan, keterandalan dan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat.

Kredibilitas Haji Lulung sebagai wakil ketua DPRD DKI Jakarta, menurut pengamat politik dan dosen Universitas Indonesia, Boni Hargens dapat dilihat dari melalui 3 unsur utama legislatif, yaitu bugdgeting, legislasi dan etika. Fungsi budgeting dapat dijalankan melalui pengawasan terhadap RAPBD (Rancangan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah). Fungsi legislasi merupakan bentuk

dukungan yang bisa diberikan oleh DPRD kepada eksekutif terhadap kebijakan-kebijakan baik yang memihak rakyat. Sedangkan etika penilaian etika bisa dinilai dari bagaimana Haji Lulung menghadapi masalah-masalah yang muncul dan bagaimana ia menghadapi lawan politiknya.

Kepercayaan ialah bagaimana netizen *twitter* dapat mempercayai sosok seperti Haji Lulung. Keterandalan merupakan aspek yang akan berjalan senada dengan kepercayaan terhadap Haji Lulung. Sedangkan tanggung jawab sosial dapat dilihat dari sisi Haji Lulung menjalani kewajibannya sebagai wakil rakyat, melakukan upaya untuk membela dan memperjuangkan kepentingan rakyat, bertindak atas nama dan untuk rakyat Jakarta, selain itu refleksi moral atau etis terhadap peran dan segala tuntutan-tuntutan kewajibannya tadi (Berdasarkan wawancara dengan Boni Hargens, 27 Juni 2015, pukul 12.06 WIB).

1. Kredibilitas Haji Lulung

Kredibilitas Haji Lulung sebagai wakil ketua DPRD DKI Jakarta, menurut Boni Hargens dapat dilihat melalui 3 fungsi legislatif, yaitu budgeting, legislasi dan etika. Fungsi budgeting dapat dijalankan melalui pengawasan terhadap anggaran. Fungsi legislasi merupakan bentuk dukungan yang bisa diberikan oleh DPRD kepada eksekutif terhadap kebijakan-kebijakan baik yang memihak rakyat. Sedangkan penilaian fungsi etika bisa dinilai dari bagaimana Haji Lulung menghadapi masalah-masalah yang muncul dan bagaimana ia menghadapi lawan politiknya. Penulis akan menganalisa kredibilitas Haji Lulung melalui penilaian netizen terhadap kredibilitas Haji Lulung sebagai wakil ketua DPRD DKI Jakarta dan juga sikap Haji Lulung yang dinilai netizen *twitter* sebagai penyebab munculnya kritikan keras terhadap dirinya. Berikut adalah rangkuman wawancara penulis dengan kelima narasumber terkait kredibilitas Haji Lulung:

@bebiben:

“Kalo untuk secara langsung kredibilitasnya aku gabisa nilai. Isitilahnya gini sih, dia tuh ga pernah muncul di media sebagai wakil ketua DPRD. Kontribusi dia ga pernah ada gitu di media. Yang ditampilin Haji Lulung sebagai wakil ketua DPRD melakukan ini, aku belom pernah liat. Gatau ngga pernah dimunculkan atau aku ga pernah liat.”

@rockadockta:

“Saya rasa tidak bisa karena dia belum memberikan kontribusinya untuk warga jakarta”

@pangeransiahaan:

“Saat kasus Tanah Abang, Haji Lulung sudah jelas-jelas terlibat dalam deretan oknum-oknum kotor yang ada di Tanah Abang. Lagipula kesalahannya menyebutkan UPS menjadi USB itu menunjukkan dia itu tidak kredibel”

@tikabanget:

“Aku belum liat prestasinya. Antara mungkin aku yang ga update atau ya mungkin emang belum ada”

@bernadette:

“Tidak sama sekali. Dari cara dia salah mengucapkan UPS jadi USB aja itu udah nunjukin kalo dia tuh tidak kredibel.”

Dari pernyataan kelima narasumber diatas, terlihat jelas netizen *twitter* mempertanyakan kredibilitas Haji Lulung melalui kontribusinya terhadap warga Jakarta. Karena memang hingga sekarang, belum ada aksi nyata dari Haji Lulung untuk menyelamatkan kepentingan-kepentingan yang baik untuk rakyat. Hal ini berhubungan dengan yang diutarakan oleh akun @bebiben terkait kritikan keras yang ia layangkan ke Haji Lulung melalui tagar #SaveHajiLulung. Ini merupakan bentuk protesnya terhadap sikap Haji Lulung yang menyerang kebijakan baik dari Pemprov DKI terkait kasus Tanah Abang. Kasus yang kemudian sempat diwarnai keributan antara Haji Lulung dan Ahok yang waktu itu menjabat sebagai wakil gubernur DKI Jakarta dinilai lucu oleh akun @bebiben karena disatu sisi, Haji Lulung sebagai wakil rakyat seharusnya mendukung dengan baik kebijakan untuk mengurangi kemacetan tersebut. Hal yang sama juga diungkapkan oleh akun @rockadockta, @doggudoggu dan @pangeransiahaan. Perlawanan terhadap Ahok ini secara gamblang mengungkapkan fungsi legislasi Haji Lulung yang tidak berjalan. Diperjelas oleh akun @pangeransiahaan, perbedaan visi misi diantara Haji Lulung dan pemprov DKI-lah yang akhirnya menimbulkan banyak kritik dari netizen *twitter*.

Kemudian, keterlibatan Haji Lulung dalam kasus korupsi dana APBD juga diungkapkan oleh akun @rockadocta sebagai salah hal yang memicu kritik terhadap Haji Lulung. Keterkaitan Haji Lulung dengan kasus dana siluman APBD DKI Jakarta, pada akhirnya menggiring opini netizen *twitter* bahwasanya Haji Lulung tidak menjalankan fungsi *budgeting* dengan benar. Dimana seharusnya anggota DPRD seperti Haji Lulung dapat melakukan pengawasan terhadap anggaran belanja daerah dan tidak membiarkan dana tersebut kemudian menggelembung hingga berlipat-lipat jumlahnya seperti yang dituduhkan Ahok.

Turunnya kredibilitas Haji Lulung sebagai akibat dari kasus korupsi yang melibatkan dirinya, didukung oleh pernyataan pakar komunikasi politik Effendi Gazali yang menyatakan penyebab reputasi Haji Lulung menjadi negatif dikarenakan masalah hukum yang menyangkutpautkan dirinya. Namun Effendi Gazali menjelaskan reputasi Haji Lulung masih dapat berubah menjadi lebih baik apabila nantinya Haji Lulung terbukti tidak bersalah. Hal tersebut terungkap dalam wawancara penulis dengan Effendi Gazali, berikut kutipannya:

“Pasti pada awalnya, reputasinya negatif lalu akan terbukti seperti ini, sampai dia diperiksa polisi, reputasinya masih negatif. Tapi kalau nanti dia terbukti tidak terkait, itu reputasinya bisa balik. Karena patokannya hukum, dia ngelanggar hukum atau ngga.”

Di sisi lain, pengamat politik Boni Hargens juga mengungkapkan hal serupa, yakni keterkaitan Haji Lulung dengan kasus korupsi akan semakin memperburuk kredibilitasnya yang memang sudah dinilai rendah oleh masyarakat. Dalam wawancaranya, Boni Hargens menyatakan:

“Ya otomatis ngga dong, saya kira dengan latar belakang Lulung sebagai dari dunia kekerasan ya trus juga bisnis-bisnisnya dianggap tidak ada korelasinya dengan dunia itu, tentu saja dia tidak mendapat simpati dari publik. Nah ketika dia menjadi DPRD juga mulai dari terpilihnya sampe proses kerja, semua orang udah ngga percaya sama dia, artinya kredibilitasnya udah ngga ada. Apalagi ketika kemudian mereka menjadi aktor utama dalam kasus RAPBD yang menjadi kontroversi.”

Di lain pihak, fungsi etika dari Haji Lulung kembali dipertimbangkan oleh netizen *twitter* karena melihat sikapnya saat menyerang Ahok di kasus penertiban pedagang kaki lima Tanah Abang. Haji Lulung yang memerintahkan Ahok untuk memeriksakan kejiwaannya dirasa tidak etis menanggapi rekan politiknya seperti itu. Hal ini diungkapkan oleh akun @rockadocta dan @pangeransiahaan. Penyerangan terhadap Ahok juga sempat terjadi kembali di rapat mediasi antara Ahok dengan DPRD terkait dana APBD DKI Jakarta. Dimana salah satu anggota DPRD dengan jelas melontarkan makian terhadap Ahok yang saat itu juga sedang terbakar emosi. Walaupun Haji Lulung tidak secara langsung ikut mencaci Ahok, namun dalam beberapa kesempatan, ia terlihat membela rekan-rekannya di DPRD. Hal ini lagi-lagi menggiring opini mengenai Haji Lulung yang tidak menjalankan fungsi etikanya sebagai wakil rakyat. Fungsi etika menurut Boni Hargens bagaimana Haji Lulung menghadapi masalah-masalah yang muncul dan bagaimana ia menghadapi lawan politiknya. Penyerangan terhadap Ahok secara personal terlebih mengandung unsur SARA jelas dinilai tidak beretika.

2. Kepercayaan dan Keterandalan

Netizen Twitter Terhadap Haji Lulung Menurut Fombrun (dalam Ardianto, 2012 : 25) unsur kedua dalam menentukan reputasi ialah kepercayaan. Pengamat politik Boni Hargens, mengungkapkan unsur kepercayaan kemudian akan menimbulkan rasa keterandalan. Sehingga jawaban mengenai apakah tokoh politik tersebut dapat diandalkan atau tidak, akan terjawab di sub bab ini.

Secara keseluruhan, kelima narasumber menyatakan ketidakpercayaannya terhadap sosok Haji Lulung. Akun @bebiben dan @rockadocta misalnya mengungkapkan dirinya mempertimbangkan beberapa hal diantaranya Haji Lulung yang selama ini lebih dikenal dengan kontroversinya ketimbang kontribusinya terhadap rakyat. Ia menilai kinerja Haji Lulung tidak nyata. Selain itu langkah Haji Lulung yang selalu bertentangan dengan Ahok selaku pembuat kebijakan yang memihak rakyat dinilai semakin memperjelas bahwa Haji Lulung dalam hal ini tidak bekerja untuk rakyat. Hal serupa dinyatakan oleh akun @tikabanget yakni sebagai wakil rakyat, Haji Lulung belum dinilai cukup mewakili rakyat itu sendiri.

@tikabanget:

“Mempercayai untuk apa dulu? Untuk jadi preman dan jalur-jalur tersembunyi lobby sana sini aku percaya sih. Kalo sebagai wakil rakyat, rakyat mana yang dia wakili? Kalo aku sih gak merasa terwakili, mungkin buat sekelompok rakyat yang lain kali ya”

Boni Hargens selaku pengamat politik juga mengungkapkan hal senada terkait kepercayaannya terhadap sosok Haji Lulung. Ia mengungkapkan bahwasanya yang ditunjukkan oleh Haji Lulung selama ini memang memperjelas kalau ia terlibat dalam suatu kelompok kepentingan yang mana kepentingannya tersebut selalu bertentangan dengan kehendak rakyat.

3. Tanggung Jawab Sosial Haji Lulung Di Mata *Netizen* Pengguna *Twitter*

Pengamat politik, Boni Hargens menyatakan untuk menilai tanggung jawab sosial atau akuntabilitas dari seorang anggota DPRD seperti Haji Lulung bisa dinilai dari dua unsur, yaitu obligasi dan responsibilitas. Obligasi ialah kewajiban, sesuatu yang harus dilakukan sebagai konsekuensi dari peran yang telah ambil. Bisa dilihat dari apakah mereka menjalankan kewajiban-kewajiban dasar mereka sebagai wakil rakyat seperti, membela dan memperjuangkan kepentingan rakyat, bertindak atas nama dan untuk rakyat Jakarta. Sedangkan responsibilitas lebih merujuk pada refleksi moral atau etis terhadap peran dan segala tuntutan-tuntutan kewajibannya.

Dari sisi obligasi seperti yang diutarakan oleh Boni Hargens diatas, kelima narasumber mengungkapkan penilaiannya terhadap unsur tanggung jawab social yang dimiliki Haji Lulung. Dimana Haji Lulung yang dirasa masih belum terlihat kontribusinya terhadap rakyat Jakarta. Salah seorang narasumber yaitu akun

@doggudoggu juga menyatakan posisi Haji Lulung sebagai bagian dari kelompok kepentingan menjadi salah satu penyebab dirinya tidak dapat menjalankan tanggung jawabnya sebagai wakil rakyat.

@doggudoggu:

“Tidak. Dia itu sudah terlibat dengan *circle* yang negatif. Mafia. Yang mana pasti berlawanan dengan tugas melayani rakyat”

Boni Hargens selaku pengamat politik sempat menjelaskan pernyataan serupa terkait sosok Haji Lulung di matanya. Baginya Haji Lulung yang selama ini berhubungan dengan premanisme akan sulit untuk mendukung kepentingan rakyat, secara hal tersebut berlawanan dengan kepentingan kelompok mereka.

“Lulung itu *strong person*. Orang kuat. Dalam pengertian negatif ya atau bos. Dia punya jaringan, dia punya klien dan kelompok seperti ini *they used to use violence* sebagai mekanisme *to defend themselves*. Jadi kekerasan dan bisnis politik itu menyatu dalam system mereka. Nah itu yang membuat mereka menjadi kuat dan otomatis seluruh kepentingan mereka itu kebanyakan bertentangan dengan kepentingan rakyat. Karena dia bekerja untuk kelompok.”

Perihal *responsibility* yang dijelaskan oleh Boni Hargens, ia menambahkan dengan Haji Lulung dan rekan-rekannya itu terus menerus menyerang Ahok secara personal, itu menandakan Haji Lulung tidak terbuka terhadap niat-niat baik pemerintah. Hal ini merujuk ke beberapa kasus diantaranya kericuhan yang terjadi di rapat mediasi yang dilakukan Ahok dan DPRD dimana salah seorang anggota DPRD menyerang Ahok dengan cacian yang bernada SARA berikut kutipan wawancara yang dilakukan dengan penulis.

Untuk menutup sub bab ini, penulis akan menjabarkan bagaimana reputasi Haji Lulung di mata netizen berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan. Akun @bebiben memandang reputasi Haji Lulung dari dua sisi, dimana Haji Lulung merupakan orang yang memiliki visi dan misi dalam karirnya. Dimana ia bisa

bertarung dengan hidupnya sebagai anak jalanan di pinggiran Tanah Abang kemudian menapaki kesuksesan dengan caranya sendiri. Akun @bebiben tidak memungkiri itu, namun disisi lain ia juga mengakui apa yang ditunjukkan Haji Lulung merupakan upaya untuk melindungi wilayah kepentingannya.

Berbeda dengan akun @doggudoggu, @pangeransiahaan, @rockadocta dan akun @tikabanget yang menyatakan dengan tegas bahwa Haji Lulung kurang pantas untuk menjabat sebagai wakil rakyat atau orang yang siap bekerja untuk rakyat. Yang menjadi penyebab lagi-lagi karena latar belakang Haji Lulung yang tidak sesuai dengan bidang ini. Apa yang diutarakan oleh kedua netizen ini, diperjelas oleh pernyataan dari Boni Hargens yang berbicara sebagai pengamat politik yaitu tidak adanya korelasi antara latar belakang Haji Lulung sebagai orang yang memegang kekuasaan besar di Tanah Abang dengan jabatannya sebagai wakil rakyat akan mengurangi simpati masyarakat terhadapnya.

Simpulan

Kesimpulan dari permasalahan dalam penelitian ini yaitu interpretasi tagar #SaveHajiLulung mengarah pada kesimpulan yang negatif tentang sosok Haji Lulung. Tagar #SaveHajiLulung dijadikan sebagai sebuah bentuk sindiran, sekaligus kritikan keras yang ditujukan kepada Haji Lulung. Sebagai wakil ketua DPRD DKI Jakarta, ia dinilai sebagai sosok yang kontroversial dan tidak mementingkan kepentingan masyarakat. Apa yang digambarkan oleh netizen yakni prioritas Haji Lulung hanyalah sekedar golongannya sendiri. Selain latar belakang Haji Lulung yang dinilai tidak berhubungan dengan jabatannya sekarang, beberapa peristiwa yang sempat melibatkan Haji Lulung juga menjadi penyebab sosoknya menjadi negatif di mata *netizen* pengguna twitter. diantaranya kasusnya dengan Ahok perihal penertiban pedagang kaki lima di Tanah Abang, yang kemudian membentuk interpretasi yang negatif tentang Haji Lulung. Di sisi lain, yang menjadi permasalahan ialah sikap dan gaya bicara Haji Lulung yang dirasa kurang baik sebagai seorang tokoh politik.

Melalui penelitian ini penulis berharap dapat memberikan saran dan masukan kepada pihak terkait yaitu Haji Lulung diantaranya Haji Lulung dapat mengoreksi sikap-sikapnya yang dirasakan kurang baik oleh *netizen twitter*. Semoga kelak, Haji Lulung sebagai tokoh politik bisa lebih menempatkan dirinya dalam berbagai situasi dan mempertimbangkan statusnya sebagai wakil rakyat.

Selain itu, penulis juga mengharapkan adanya perubahan yang bisa ditunjukkan seperti Haji Lulung, dengan cara meningkatkan kinerjanya sebagai wakil rakyat dan mendukung kebijakan-kebijakan baik dari Pemprov DKI. Sebagai warga Jakarta, penulis tentunya menginginkan adanya hubungan yang harmonis antara DPRD DKI Jakarta dan Pemprov DKI agar kelak semakin fokus dalam menyejahterakan warga Jakarta dan tidak menyibukan diri dengan kasus-kasus pelik seperti yang sebelumnya terjadi.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah turut membantu dalam terlaksananya penelitian ini sampai

dengan selesai. Khususnya kepada 5 orang narasumber yang merupakan netizen pengguna twitter yang telah bersedia menjadi objek penelitian.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. (2005). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, ElvinarO. (2011). *Media Jejaring Sosial dari Perspektif Komunikasi dan Kualifikasi Sarjana Komunikasi Teknologi Komunikasi*, dalam Fajar Junaedi, *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: Aspikom.
- Basrowi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Biagi, Shirley. (2010). *Media Impact: Pengantar Media Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Bungin, Burhan. (2009). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana
- Bungin, Burhan. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana
- Cutlip. Scott M., Allen H. Center., & Glen M. Broom. (2009). *Effective Public Relations Edisi Kesembilan*. Jakarta: Prenada Media Group
- Flew, Terry. (2008). *New Media: An Introduction*. Third Edition. Australia: Oxford University Press.
- Hasanuddin, dkk. (2011). *Anxieties / Desires*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Jefkins, Frank. (2003). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Junaedi, Fajar. (2011) *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*, Matu Padi Pressindo
- Kotler dan Keller. (2012). *Marketing Management. 14th edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kuncoro, Mudrajad. (2003). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, Yuliandi. (2009). *Pintar Twitter: Blogging Mudah di Mana Saja, Tip Berbisnis via Twitter, Tip & Trik Gampang Kelola Twitter*. Jakarta: Grasindo.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Mayfield, Anthony. (2008). *What is Social Media?* UK: iCrossing
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Mulyana, Deddy. (2013). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Puntoadi, Danis. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT Elex Komputindo.
- Rumanti, Maria Assumpta. (2004). *Dasar-dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Grasindo
- Ruslan, Rosady. (2010). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Edisi Revisi 10. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Sandjaja, B dan Heriyanto A. (2006). *Panduan Penelitian*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Santosa, Hedi Pudjo. (2011). *Implikasi Media Sosial Pada Perkembangan Ilmu Komunikasi*. Dalam Fajar Junaedi, *Komunikasi 2.0, Teoritisasi dan Implikasi* (hlm. 29-48). ASPIKOM.
- Sarosa, Samiaji. (2012). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Indeks.
- Silalahi, Ulber. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.

- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, Eko Harry. (2010). *Komunikasi Manusia: Esensi dan Aplikasi Dalam Dinamika Sosial Ekonomi Politik*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Vardiansyah, Dani. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Vivian, John. (2008). *Teori Komunikasi Massa*. Edisi ke-delapan. Jakarta : Prenada Media Kencana.
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarna