

Komunikasi Politik Gerakan #2019GantiPresiden

Anang Sujoko¹
anangsujoko@ub.ac.id

Abstract: In the 2019 general election, social media became an important part in building a political image as well as a channel for political communication. One of the opposition movements against the incumbent was the #2019GantiPresiden movement. The movement was a channel of political communication for people who personally wanted to have a new president. This study aimed to reveal how the # 2019GantiPresiden political communication movement during 2018 and the repressive treatment experienced by them. This study used a qualitative research method of text analysis of several online media such as *Twitter* and *microblogging*. The results showed that the # 2019GantiPresiden movement was an organic and voluntary based political communication movement. The spread of this movement was increasingly massive with the support of social media in the form of *Twitter* in building mass political support.

Abstrak: Pada pemilihan umum 2019, media sosial menjadi bagian penting dalam membangun citra politik sekaligus sebagai saluran komunikasi politik. Salah satu gerakan oposisi terhadap kubu incumbent, Presiden Jokowi, adalah gerakan #2019GantiPresiden. Gerakan tersebut merupakan saluran komunikasi politik orang-orang yang secara pribadi ingin memiliki presiden baru. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan bagaimana gerakan komunikasi politik #2019GantiPresiden selama 2018 dan perlakuan represif yang dialami. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif analisis teks beberapa media online dan *microblogging* media *Twitter*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gerakan #2019GantiPresiden merupakan gerakan komunikasi politik organik yang berbasis individual dan secara sukarela. Penyebaran gerakan ini semakin massif dengan dukungan media sosial berupa *twitter* dalam membangun dukungan massa politik.

Kata Kunci: Komunikasi politik, media social, Pilpres 2019.

¹ Dosen Universitas Brawijaya Malang

Pendahuluan

Pembelahan masyarakat menjadi dua kelompok besar menjelang Pilpres 2019 semakin menguat. Satu kelompok berusaha menyuarakan dukungan ke Jokowi untuk dua periode dan kubu lain menilai Jokowi tidak layak untuk dipilih kembali. Hadirnya kelompok yang berseberangan dengan petahana ternyata ditanggapi negatif oleh tokoh-tokoh elit politik dan bahkan Jokowi sebagai presiden.

Meski demikian, gerakan masyarakat yang tidak setuju terhadap pencalonan kembali Jokowi menemukan saluran bersama. Saluran tersebut bernama #2019GantiPresiden yang bermuara di media maya dan gerakan kerakyatan. Hadirnya #2019GantiPresiden di media social *Twitter*, *Facebook* dan *Instagram* ternyata terus memasuki ranah empiris berupa deklarasi dan munculnya penguatan gerakan melalui simbol-simbol di kaos. Gerakan hashtag tersebut merupakan bentuk komunikasi politik dari pihak yang merasa dipinggirkan oleh saluran media arus utama. Sebagaimana diungkapkan oleh Gun Gun Heryanto (2018, hlm.17) bahwa salah satu faktor penting dan fundamental dalam mengelola kehidupan politik adalah komunikasi politik (Heryanto, 2018, hlm.17).

Tulisan ini berusaha menjelaskan sejumlah bentuk komunikasi politik represif terhadap gerakan organik #2019GantiPresiden. Komunikasi politik represif ini muncul sebagai akibat dari dinamika politik di era demokrasi Indonesia dan era media baru. Di kedua era ini, politik tidak hanya menjadi konsumsi para elite politik, tapi juga telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat secara luas. Media dalam hal ini memiliki peran besar dalam memengaruhi dan mempermudah masyarakat dalam mendapat informasi-informasi politik.

Kemunculan #2019GantiPresiden di jagat media pada dasarnya merupakan respon dari sejumlah pihak dari situasi politik Indonesia saat ini. Pencalonan kembali Joko Widodo sebagai calon presiden di tahun 2019 yang akan datang menjadi pemicu awal bagi sejumlah pihak untuk memberikan respon terhadap pencalonan tersebut. Respon dalam hal ini bisa dimaknai sebagai bentuk protes, kritik, penolakan, dan ketidaksepakatan dengan pencalonan kembali Presiden Joko Wi-

dodo. Dalam dunia perpolitikan, kondisi seperti itu merupakan hal yang dianggap wajar selama tidak bertentangan dengan peraturan dan mengganggu ketertiban masyarakat.

Jika ditelisik di awal kemunculannya, *#2019GantiPresiden* pertama kali dilontarkan oleh Mardani Ali Sera, yang merupakan aktivis PKS (Partai Keadilan Sejahtera). Tulisan *#2019GantiPresiden* bahkan telah menjadi sebuah judul buku yang ditulisnya. Dalam perkembangannya, tagar ini menjadi gerakan massa yang bukan hanya mampu menggalang massa berbasis media sosial dan *instant messaging* seperti *Twitter*, tapi juga *#2019GantiPresiden* telah menjadi simbol gerakan politik yang disalurkan melalui kaos, gelang karet, dan pin. Selain itu, *#2019GantiPresiden* menjadi gerakan organis hingga muncul lagu khusus yang merepresentasikan suara dari gerakan ini.

Kemunculan tagar ini tidak hanya menjadi variabel yang berdiri bebas dari kepentingan politik, tapi menjadi sebuah gelombang gerakan besar yang sarat dengan kepentingan politik. Ditandai dengan adanya deklarasi *#2019GantiPresiden*, kemudian muncul berbagai respon baik di media sosial maupun di kalangan masyarakat akar rumput. Gerakan deklarasi inilah yang akhirnya memunculkan sejumlah reaksi dan perlawanan dari organisasi masyarakat seperti Banser, kelompok pendukung Jokowi-Ma'ruf Amin dan bahkan aparat kepolisian dan BIN yang seharusnya berposisi netral.

Fenomena politik media ini tentunya tidak lepas dari perkembangan demokrasi dan kemajuan teknologi media. Paska runtuhnya rezim Orde Baru, terjadi berbagai perubahan drastis yang mengubah konstalasi politik Indonesia, seperti, massifnya instalasi instrumen demokrasi, terjadi liberalisasi politik, dan dispersi kekuasaan hingga ke skala lokal melalui kebijakan desentralisasi (Lay, 2012). Perubahan politik ini telah berdampak besar dalam berbagai kehidupan politik masyarakat Indonesia, khususnya dengan adanya liberalisasi politik. Perubahan ini (liberalisasi politik) telah menandai adanya kebebasan pers dan dijaminnya hak-hak politik dan sipil masyarakat dalam menyuarkan pendapatnya.

Konsekuensinya, perkembangan media baik cetak maupun online mengalami perkembangan yang sangat pesat. Media diproyeksikan

sebagai sarana komunikasi bagi kepentingan publik. Namun demikian, dalam perkembangannya, media mengalami perubahan peran karena banyak tautan kepentingan di dalamnya. Setidaknya terdapat dua kepentingan utama dibalik media, yaitu kepentingan ekonomi dan kepentingan kekuasaan yang membentuk isi media, informasi yang disajikan dan makna yang tawarkannya, sehingga kepentingan publik justru terabaikan (Piliang 2005:213). Kemunculan #2019GantiPresiden menjadi salah satu contoh yang menjelaskan bagaimana media berada dalam dilema peran antara kepentingan publik dan kepentingan kekuasaan. Kecondongan pada kepentingan kekuasaan berkonsekuensi pada muncul bentuk-bentuk komunikasi politik yang represif.

Kuasa Media: Sebuah Kajian Literatur

Dalam kehidupan politik modern, media memiliki peran penting dalam mewujudkan masyarakat yang demokratis. Keberpihakan media kepada kepentingan publik menjadi simbol dari objektivitas peran media itu sendiri. Sebagai sarana komunikasi politik, media menyediakan ruang komunikasi yang efektif dalam mengelola kehidupan politik, yang meliputi agregasi politik, artiulasi politik, sosialisasi, pembuatan aturan dan hal lainnya. Namun di sisi lain, media juga berperan besar bagi terjadinya kemunduran demokrasi sebuah negara sebagai konsekuensi dari perkembangan media baru (*new media*) dan kebebasan ekspresi yang berlebih.

Dalam sejumlah literatur, setidaknya peran media tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tapi juga sebagai sarana gerakan sosial politik yang memicu lahirnya sebuah perubahan politik. Dalam proses terjadinya gelombang demokrasi yang terjadi di negara-negara Timur Tengah seperti Tunisia, Mesir, Libya, Syria, Yaman dan Arab Saudi, yang dikenal dengan *Arab Spring*, media berperan sebagai aktor atau insitutsi yang penting yang menggerakkan proses perubahan politik negara (Khondker, 2011; Wolfsfeld, Segev, and Sheaffer, 2013; Howard and Hussain, 2013).

Media, khususnya media digital seperti Facebook dan Twitter telah memainkan peran signifikan dalam memobilisasi masyarakat untuk melakukan sejumlah tuntutan bagi terjadi perubahan politik yang

lebih demokratis. Beberapa keberhasilan media dalam proses politik tersebut terlihat dari runtuhnya rezim diktator seperti Zine al- Abidine Ben Ali di Tunisia, Hosni Mubarak di Mesir, dan Muhammar Qadhafi di Libya. Kehadiran media baru seperti *Facebook* dan *Twitter* ini menjadi gerakan alternatif baru yang menjadi saluran aspirasi dan agregasi bagi kepentingan publik. Pada titik ini, media menjadi saluran alternatif bagi kelompok-kelompok minoritas untuk menyuarakan dan melakukan tuntutan yang selama ini dibungkam oleh rezim kekuasaan.

Menurut Ms. Sherwin, media memiliki dua fungsi vital dalam demokrasi (dikutip dari Exoo, 2009:199-200); pertama, *as watchdog of people* (anjing penjaga bagi rakyat), yaitu media menjadi anjing penjaga atau pengawas yang digunakan oleh rakyat untuk mengawasi dan mengontrol jalannya roda kekuasaan. Dengan kata lain, media menjembatani keterlibatan masyarakat terkait dengan urusan-urusan publik dan kekuasaan pemerintahan. Kedua, *as marketplace of idea* (sebagai pasar ide), yaitu media membantu untuk mendiseminasikan informasi kepada publik. Media dalam pemaknaan terakhir ini berarti bahwa media dipahami sebagai ruang publik yang bertugas menginformasikan (*to inform*) dan mendidik (*to educated*) bagi publik.

Namun di sisi lain, keberadaan media terkait erat dengan kepentingan ekonomi dan kepentingan kekuasaan. Kepemilikan sejumlah media massa telah mempengaruhi peran media sebagai sarana kepentingan publik, bahkan kerap media dimonopoli oleh kelompok kapitalis dan oligarki yang dimanfaatkan untuk kepentingan kelompok atau pribadi (Haryanto, 2011; Tapsell, 2017; Lim, 2011). Media massa bukan sebagai institusi ideal, tapi juga menjadi mesin kapitalis yang menerapkan logika M-C-M (*money-commodity-more money*) (Heryanto, 2018, hlm.390-391). pada titik ini, media tidak lebih dari *the extension of men*, yaitu media merupakan representasi dari pemiliknya (McLuhan and Lapham, 1994).

Sejumlah kritik terhadap media kontemporer menjelaskan bahwa di dalam media terdapat sebuah elemen *self-delusion*, yaitu elemen yang menghadirkan politik sebagai permainan klinis dan politisinya sebagai manipulator yang harus diekspos, media telah terlibat dalam proses yang merusak institusi demokrasi dan merusak bekerjanya representasi

politik (Barnett, 2002, hlm.400). Begitu pun dengan Jay Blumler (1983b, hlm.67), media telah dituduh merusak arena politik ketimbang melayani dan menghidupkan demokrasi, serta mendorong opini dan manipulasi serta melemahkan partisipasi (Blumler and Fox 1983, hlm.67). Skandal data *Facebook*, yang dikenal sebagai *Cambridge Analytica* menjadi salah satu contoh konsekuensi buruk dari perkembangan media tersebut. Kebocoran informasi pribadi pengguna media sosial *Facebook* yang pada akhirnya mempengaruhi kondisi perpolitikan Amerika Serikat dan beberapa negara lainnya.

Selain itu, media juga menjadi propaganda bagi kelompok teroris untuk melancarkan aksi-aksi teror mereka, menciptakan rasa takut dan masa depan yang tidak pasti (Altheide, 1997; Weimann and Winn, 1994). Pada titik ini, media yang seharusnya berperan sebagai *watchdog* pemerintahan dan sarana komunikasi publik mengalami penyusutan peran karena adanya kepentingan ekonomi dan kekuasaan yang bermain dibalik media. Dengan demikian, media sangat dekat dengan tindakan kriminal maupun persekusi jika tidak digunakan dengan baik. Peran media dalam hal ini ditentukan oleh mereka yang memiliki akses lebih terhadap media itu sendiri dan keberadaannya rentan untuk dipolitisasi.

Di Indonesia, media dalam perkembangan demokrasi Indonesia juga memiliki peran penting dalam mendorong terjadi perubahan demokrasi. Di masa Orde Baru, Media massa sebelum era Orde Baru digunakan sebagai forum untuk mengekspresikan aspirasi nasionalisme dan agitasi politik (Hill, 2011). Media di masa Orde Baru digunakan untuk melayani kepentingan penguasa negara. Rezim otoritarianisme telah memaksa media untuk memberitakan sejauh pemberitaan tersebut sejalan dengan kepentingan Rezim Orde Baru. Situasi tersebut tidak jauh berbeda dengan rezim Orde Lama di mana media dibatasi dengan alasan keamanan (*security*).

Situasi berbeda ketika rezim Orde Baru runtuh. Perkembangan media terjadi secara massif, baik elektronik maupun cetak. Adanya liberalisasi politik di era reformasi dimana terdapat berbagai regulasi yang memberikan jaminan akan kebebasan pers berdampak pada semakin banyaknya jumlah media.

Namun demikian, perkembangan media baru dan media digital tersebut secara langsung berdampak pada situasi sosial dan politik bangsa Indonesia. Sejumlah kekerasan, intimidasi, propaganda, dan pemberitaan yang salah menjadi konsekuensi negatif yang mengiringi perkembangan media tersebut. Di Indonesia, kasus terlihat terlihat pada kasus Saracen dan *Muslim Cyber Army* (MCA) yang melakukan propaganda lewat media sosial. Menurut Richard Fox, media di Indonesia pada dasarnya masih lemah dalam memberikan informasi yang baik bagi publik (Fox, 2006). Salah satu dari konsekuensi tersebut terlihat dari munculnya *#2019GantiPresiden* di sejumlah media massa secara massif.

Kehadiran berbagai model ekspresi kebebasan melalui media sosial pada dasarnya menjadi cerminan bagaimana elite-elite politik di level atas dan masyarakat pada umumnya di level akar rumput dalam menyikapi dan menggunakan media sebagai sarana komunikasi politik mereka. Dalam berbagai ekspresi tersebut, tulisan ini secara spesifik fokus pada pelacakan kemunculan *#2019GantiPresiden* sebagai sebuah bentuk gerakan sosial-politik dan konsekuensi-konsekuensinya pada level kehidupan real masyarakat Indonesia.

Hasil dan Pembahasan

Politisasi Media Menjelang Pemilihan Presiden 2019

Di tahun 2019, Indonesia telah menyelenggarakan dua pemilihan umum, yaitu pemilihan legislatif dan pemilihan presiden secara nasional. Kedua peristiwa politik tersebut menjadi arena pertarungan yang menentukan bagi setiap calon untuk meraih tampuk kekuasaan, begitu pun dengan partai-partai politik bertarung untuk mendapatkan posisi kekuasaan. Keriuhan politik dalam menghadapi moment politik tersebut tidak hanya terjadi dalam lingkaran elite kekuasaan saja yang berkompetisi, tetapi juga di dalam media massa dan masyarakat pada level akar rumput. Politik dengan kata lain telah menjadi “barang publik” yang bisa dinikmati oleh semua

orang, dan media massa memiliki andil besar bagi penyebaran informasi politik tersebut.

Dalam pemilihan umum, media menjadi rentan untuk dipolitisasi. Politisasi media terjadi ketika media lebih didominasi oleh kepentingan ekonomi dan kepentingan kekuasaan ketimbang kepentingan publik. Keberadaan media di Indonesia tidak lepas dari berbagai kedua kepentingan tersebut, yang di dalamnya terdapat ideologi yang berusaha diperkenalkan untuk melanggengkan kedua kepentingan tersebut. Di Indonesia, keberadaan media mayoritas dimiliki oleh para konglomerat yang menguasai mayoritas media sosial dan media massa. Sepanjang 15 tahun terakhir, terjadi pembiaran dominasi pemberitaan komersial dan kewenangan setengah hati dari pemerintah sebagai regulator dalam pemberitaan (Masduki, 2017). Berikut tabel yang menunjukkan kepemilikan media tersebut.

Tabel 1 'Kepemilikan media di Indonesia'

Media Group	Group Leader	TV stations		Radio stations	Newspapers	Print Magazines/ Tabloids	Online media
		National	Other				
Media Nusantara Citra (MNC) Group	Hary Tanoesoedibjo	RCTI, Global TV, MNCTV (ex TVP)	Indovision, Sky Vision, SinTV Network (13 local stations)	Trijaya FM, Radio Dandelut, ARH Global Radio	Sigatara Indonesia (Koran Sindo)	High End magz, Genie, Mom & Kidine tabloids	Okezone
Mahaka Media Group	Erick Tohir	TVOne	Jak TV, Alif TV	Radio JakFM	Republika, Harian Indonesia (in Mandarin)	Parents Indonesia, At, Golf Digest, Area, magazines	Republika Online
Kompas Gramedia Group	Jakob Oetama, Agung Adiprasetyo	—	Currently build Kompas TV network	Sensora Radio & Otomotion Radio	Kompas, Jakarta Post, Warta Kota + other 11 local papers	Jakarta + 43 magazines & tabloids, 5 book publishers	Kompas Cyber Media
Jawa Pos Group	Dahlan Iskan	—	JTV, Ratan TV, Ratu TV, Fajar TV + others (total: 12)	Fajar FM (Makassar)	Jawa Pos, Indo Pos Rakyat Merdeka, Radar + others (total: 151)	Mentari, Liberty magazines + 11 tabloids	Jawa Pos Digital Edition
Media Bali Post Group (KMB)	Satria Narada	—	Bali TV + other local stations (total: 9)	Global Kiri Jani, Getta FM + others (total: 7)	Bali Post, Bisnis Bali, Suluh Indonesia, Harian Denpasar, & Suara NTB	Talok, Lintang, & Wiyata Mandala tabloids	Bali Post, Bisnis Bali
Elang Mahkota Teknologi (EMTEK) Group	Eddy Kusnadi Sariazamadia	SCTV, Indosiar	ITChannel, EIShina TV	Ekhinta FM	—	Ekhinta, Gusi, Story, Kori, Momomix	—
Lippo Group	James Riady	—	First Media	—	Jakarta Globe, Investor Daily, Suara Pembinaan	Investor, Globe Asia, & Campus Asia magazines	Jakarta Globe Online
Bakrie & Brothers	Anindya Bakrie	antv, TVOne	Channel [V]	—	—	—	VIVAnews
Femina Group	Fia Alayubhana, Mira Kartadinandono	—	—	U-FM Jakarta & Bandung	—	Femina, Gadis, Dewa, Ayabhanda + others (total: 15)	Femina, GataLanta, Ayabhanda, Gadis, Parenting Online
Media Group	Surya Paloh	Metro TV	—	—	Media Indonesia, Lampung Post, BorneoNews	—	Media Indonesia
Muji Reka Aditama (MRA) Group	Dian Muljani Soodarjo	—	—	Compassion FM, Hard Rock FM, I-Radio, Trans FM	—	Compassion, Compass, Fitness + others (total: 16)	—
Trans Corpora (Para Group)	Chairul Tanjung	Trans TV, Trans 7	—	—	—	—	Detik Online

Sumber: *Democratization and Corporatization of Media In Indonesia* (Lim, 2011, blm.11)

Dari tabel di atas, beberapa pemilik media berita online maupun cetak dikenal sebagai politisi maupun pengusaha, seperti Erick Tohir sebagai ketua Tim Sukses Kemenangan pasangan Jokowi-Ma'ruf Amin; Surya Paloh merupakan ketua partai politik Nasdem yang juga sebagai salah satu partai pendukung pasangan calon presiden nomor urut 1 (Jokowi-Ma'ruf Amin). Pula Hary Tanoesudibjo yang merupakan ketua Perindo yang juga merupakan salah satu partai pendukung pasangan calon nomor urut 1.

Dengan demikian, keberadaan media sangat rentan dengan berbagai kepentingan ekonomi maupun kepentingan kekuasaan. Kondisi seperti ini dikenal sebagai *hiperealitas* media dimana objektivikasi kebenaran dan kejujuran sebagai kepentingan publik digantikan oleh subjektivitas, permainan bahasa, kepalsuan, dan kesemuan (Piliang 2005, hlm. 215). Hal ini didukung oleh perkembangan teknologi dan informasi yang semakin canggih dan adanya liberalisasi politik di era pasca runtuhnya rezim Orde Baru. Kelimpahan informasi (*information abundance*) dan dukung kecanggihan teknologi informasi membawa kesulitan bagi pemerintahan untuk mengatur dan mengendalikan informasi (Heryanto 2018b, hlm. 366-367). Kondisi ini pada akhirnya membawa konsekuensi-konsekuensi negatif terhadap masyarakat pada umumnya.

Dalam pemilihan Presiden 2019, tampil dua kandidat yang siap bertarung untuk memperebutkan kursi presiden dan wakil presiden. Pertarungan kedua kandidat ini merupakan pertarungan kembali (*re-match*) karena kedua kandidat presiden ini, yaitu Joko Widodo dan Prabowo Subianto merupakan aktor yang sama yang pernah bertarung pada pemilihan presiden di tahun 2013 lalu. Perbedaanannya terletak pada wakil presiden dan konfigurasi partai politik yang mendukung masing-masing kedua pasangan tersebut. Berikut adalah tabel 1.2 yang menampilkan pasangan calon presiden-wakil dan partai politik yang mengusungnya.

Tabel 2 'Pasangan calon presiden dan partai pengusung'

No	Calon Presiden dan Wakil	Partai Politik Pengusung
1.	Joko Widodo-Ma'ruf Amin	PDIP, Golkar, PKB, PPP, Nasdem, PSI, Perindo, PKPI, Hanura
2.	Prabowo Subianto-Sandiaga Uno	PAN, PKS, Demokrat Gerindra

Sumber: berbagai sumber diolah oleh penulis

Kontekstasi elektoral di tahun 2019 tentunya akan memperlihatkan beragam manuver yang dilakukan oleh para pendukung masing-masing pasangan kandidat. Peran tim sukses, relawan, tim siber, dan partai politik memainkan peran penting untuk merebut suara para pemilih. Dalam upaya tersebut, media menjadi saluran efektif untuk mengkampanyekan para kandidat beserta program-programnya kepada para khalayak (Wijayanto, 2010; Anshari, 2013). Setidaknya, melalui media, biaya kampanye lebih sedikit, efektif dalam waktu dan pengerjaan. Tingginya biaya kampanye telah mendorong para tim sukses maupun relawan untuk memanfaatkan media massa sebagai media kampanye. Tentunya, dalam proses tersebut, informasi provokatif, *hoax*, dan sisi lemah lawan menjadi senjata untuk memperkuat kandidatnya dan menjatuhkan lawan. Pada titik ini, kepentingan publik diabaikan dan peran media sebagai *watchdog* dan *market of idea* terkikis demi kekuasaan politik.

Menurut Heryanto (2018, hlm. 294-295), dalam kompetisi elektoral, setidaknya terdapat beberapa hal yang diperhatikan untuk menjaga demokrasi Indonesia, yaitu; *pertama*, agenda kontestasi elektoral yang kerap melahirkan wajah ganda, di satu sisi penuh harapan dan di sisi lainnya penuh kegaudahan dan sisi gelap kekuasaan. *Kedua*, fenomena media massa dan media sosial ruang seringkali turut memanaskan situasi, memprovokasi, menstimulasi konflik, dan memperbesar area potensi konflik warga melalui bingkai yang dikonsumsi, direproduksi, dan didistribusikan ke khalayak luas (*one-to-many* atau *many-to-many communication*). *Ketiga*, kepentingan para penunggang kuda, baik karena motif ekonomi maupun bisnis, kerap mengelola situasi tidak nyaman dan tidak pasti. *Keempat*, kepentingan

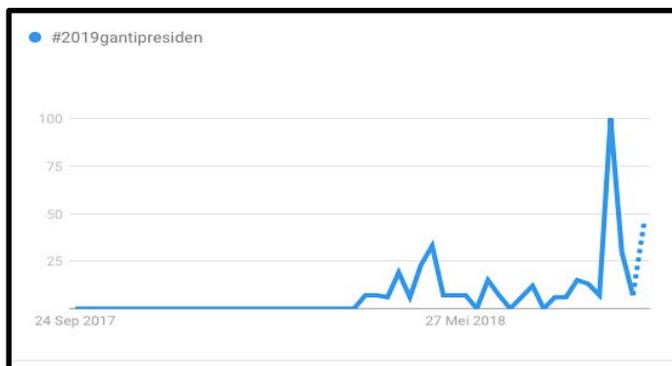
pragmatis dan transaksional para elite yang biasanya mengendalikan akses kekuasaan baik di partai politik, birokrasi, dan korporasi.

Tagar (#) sebagai Gerakan Sosial Baru

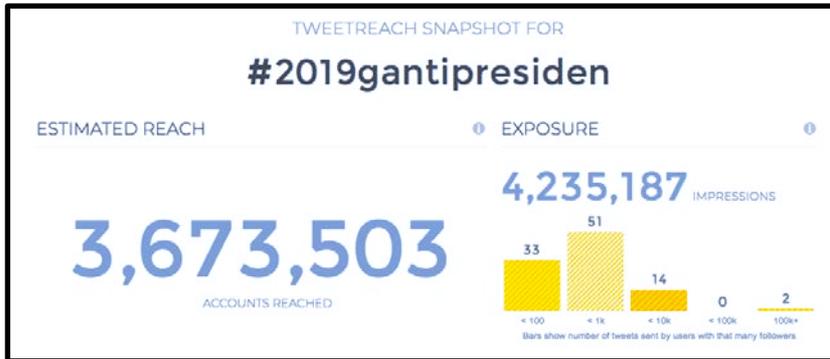
Komunikasi politik yang terbangun di media sosial dan media massa menjelang pemilu presiden di tahun 2019 memunculkan sebuah gerakan sosial politik yang berlangsung secara massif di media sosial dan media massa. Kemunculan *#2019GantiPresiden* yang tersebar baik di media sosial dan media massa merupakan sebuah bentuk gerakan sosial-politik yang hadir sebagai respon dari situasi politik yang sedang terjadi. Di abad ke-21, gerakan sosial politik muncul dalam beragam bentuk dan bervariasi. Dalam perkembangan tersebut, media memainkan peran penting dalam memicu terjadinya gerakan sosial-politik di berbagai belahan dunia. Menurut Dylan Taylor, di abad ke-21, kemunculan gerakan sosial politik khususnya negara demokrasi berkembang disebabkan karena terjadinya krisis demokrasi (*crisis of democracy*) dan media memiliki peran besar dalam menggelorakan kondisi tersebut melalui media-media mainstream yang lebih dikendalikan oleh kepentingan kapital dari pada etos demokrasi (Taylor 2017, hlm.1-4). Krisis tersebut meliputi krisis partisipasi, representasi, dan otomisasi sosial yang meningkat.

Tagar (*#2019GantiPresiden*) ini telah menjadi gerakan yang kini terus berkembang baik dalam media sosia maupun media massa. Berikut adalah grafik yang menunjukkan gerakan organik *#2019GantiPresiden* di dalam media sosial.

Gambar 1.1 ‘Trend #2019GantiPresiden Berdasarkan Pewartaan’



Gambar 1.2 'Jumlah Tweets yang dikirim oleh Pengguna dan followers'



Sumber: Diolah dari Google Trends

Grafik pada gambar 1.1 di atas menjelaskan dari trends dari #2019GantiPresiden dalam perwartaan di media digital dalam rentang 12 bulan terakhir. Dari grafik tersebut tampak isu mengenai tagar tersebut telah ada sejak kisaran September 2017 dan mengalami peningkatan yang fluktuatif pada awal tahun 2018 hingga akhir Juli 2018. Di bulan Agustus 2018, trend isu terkait dengan tagar tersebut mengalami peningkatan yang signifikan hingga mencapai 100% dan kemudian turun, lalu naik menanjak sejak awal bulan September 2019. Dari grafik tersebut kita bisa melihat bagaimana #2019GantiPresiden menjadi pemberitaan yang dominan dalam media digital. Sedangkan pada gambar 1.2 menunjukkan respon dari pengguna dan followersnya terkait dengan tagar tersebut. Kedua gambar tersebut menjelaskan massifnya gerakan tagar tersebut terutama dalam media sosial.

Moment politik 2019 khususnya penyelenggaraan pemilihan presiden menjadi daya penggerak yang begitu besar bagi massifnya #2019GantiPresiden di berbagai media sosial, pakaian, pamflet dan pin. Tagar #2019GantiPresiden telah memicu lahirnya gerakan sosial-politik yang secara organik berkembang terus menerus melalui jejaring media sosial. Sejumlah deklarasi yang terjadi di beberapa daerah seperti Riau, Surabaya, dan Makassar menjadi bukti dari kekuatan media sebagai pemicu gerakan sosial-politik.

Respon dan Pembungkaihan Isu

Kemunculan dan deklarasi #2019GantiPresiden yang kian massif memunculkan sejumlah respon dari sejumlah elite, pemikir, penegak hukum, organisasi masyarakat, dan aparat pemerintah. Terdapat banyak ragam pendapat yang pro maupun kontra terkait dengan kemunculan dan deklarasi #2019GantiPresiden. Berikut ini sejumlah respon dari beberapa tokoh terkait dengan tagar yang diambil dari sejumlah media.

Tabel 1.3 'Sejumlah Respon terhadap Gerakan #2019GantiPresiden'

No	Nama	Pendapat
1.	Muhtar Pabontinggi (Peneliti LIPI)	Inkonstitusional karena melawan hukum, merupakan tindakan makar
2.	Mahfud MD (Pakar hukum)	Konstitusional sepanjang tidak melakukan tindakan anarkis
3.	Ketua GP Ansor	Merupakan gerakan banci
4.	Andre Rosiade (politisi Gerindra)	Gerakan demokrasi
5.	Ngabalin (Politisi Demokrat)	Gerakan pengacau keamanan
6.	Mardani Ali Sera (Politisi PKS dan Pencetus #2019gantipresiden)	Dijamin oleh demokrasi, kebebasan berekspresi
7.	Prof Dr Jimly Asshiddiqie (pakar hukum)	gerakan politik ini adalah gerakan 'menyebarkan kebencian terhadap presiden yang masih menjabat
8.	kepolisian	Kampanye di luar jadwal
9.	Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu)	tidak termasuk dalam tindakan kampanye karena tidak melanggar Undang-Undang Nomor 7 tahun 2017

Sumber: Diolah dari berbagai sumber media

Dari sejumlah perdebatan pada tabel di atas, terdapat beragam pendapat yang secara umum bisa dibagi ke dalam dua kutub, yaitu mereka yang mengatakan gerakan tersebut tidak bertentangan dengan demokrasi dan melanggar hukum, dan mereka yang mengatakan bahwa gerakan tersebut merupakan tindakan inkonstitusional, makar,

dan penyebar kebencian. Kedua kutub pendapat tersebut pada dasarnya merepresentasikan posisi politik para aktor-aktor tersebut dalam pemilihan presiden 2019 nanti.

Pembelahan ke dalam dua kutub ini juga berlangsung hingga pada level masyarakat, yang pada akhirnya terbagi kepada kelompok yang pro pada gerakan tagar tersebut dan kelompok yang kontra. Meski demikian, gerakan tagar ini tidak bisa dikatakan sebagai gerakan moral masyarakat yang berasal dari murni kesadaran empatif dan kritis masyarakat, tapi lebih sebagai gerakan politis karena digawangi para politisi yang berada di belakang layar dari terjadinya gerakan deklarasi tersebut. Mardani Ali Sera (politisi PKS) dan Andre Rosiade (Politisi Gerindra) adalah tokoh utama yang menggerakkan gerakan deklarasi tagar tersebut.

Eskalasi Isu dan Mobilisasi Massa Ke dalam Masyarakat

Gelombang gerakan #2019GantiPresiden semakin populer di media sosial maupun di kalangan masyarakat. Saat ini popularitas #2019GantiPresiden lebih tinggi dibandingkan dengan #Jokowi2Periode. Tingkat popularitas ini menunjukkan bahwa gerakan #2019GantiPresiden ini telah mengalami eskalasi yang cukup besar baik di media sosial. Di Twitter telah terdapat 3.673.503 pengguna dan followers yang mengtwitt #2019GantiPresiden. Banyaknya massa aksi dalam deklarasi di Monas pada 6 Mei 2018, di Makassar pada 12 Agustus 2018, di Riau dan Surabaya pada tanggal 26 Agustus telah menunjukkan adanya mobilisasi dan eskalasi gelombang gerakan yang semakin meluas dan massif dari gerakan #2019GantiPresiden.

Perkembangan eskalasi gerakan tersebut, tentunya ditopang oleh beberapa hal, yaitu *pertama*, adanya dukungan politik pada level elite untuk menggerakkan dan menggiring #2019GantiPresiden sebagai wacana tandingan dari #Jokowi2Periode. *Kedua*, perkembangan teknologi informasi seperti media massa dan media sosial yang pesat. Menurut Heryanto (2018, hlm.295), media massa dan media sosial ruang seringkali turut memanaskan situasi, memprovokasi, menstimulasi konflik, dan memperbesar area potensi konflik warga melalui bingkai

yang dikonsumsi, direproduksi, dan didistribusikan ke khalayak luas (*one-to-many* atau *many-to-many communication*).

Ketiga, jaringan kepartaian. Meluasnya eskalasi gerakan #2019-GantiPresiden terjadi karena dukungan jaringan partai dari level nasional hingga level daerah. Hal ini bisa terlihat dari beberapa elite politik seperti Mardani Ali Sera yang merupakan anggota DPP Partai Keadilan Sejahtera dan Andre Rosiade yang merupakan politisi partai Gerindra yang terlibat langsung ke dalam gerakan tersebut. Jejaring partai dimanfaatkan untuk menggerakkan dan membilisasi masa pada level nasional dan lokal.

Keempat, memanfaatkan popularitas artis. Kehadiran sosok artis Ahmad Dani yang merupakan artis dari Grup band Dewa dan Neno Warisman yang merupakan artis penyanyi, merupakan tokoh sentral dari gerakan #2019GantiPresiden yang memberikan daya tarik bagi masyarakat untuk ikut dalam gerakan deklarasi #2019GantiPresiden tersebut. Kedua sosok artis tersebut merupakan figur terkenal yang selama ini telah menghiasi jagat media sosial dan media massa Indonesia.

Terakhir, *kelima*, liberalisasi politik. Perubahan politik yang ditandai dengan runtuhnya rezim otoritarian Orde Baru telah membuka keran demokratis bagi media dan setiap orang untuk berekspresi dan menyatakan pendapat di depan umum. Adanya liberalisasi politik di era reformasi ini secara eksplisit negara memberikan jaminan bagi setiap orang untuk menggunakan hak politik dan sipilnya. Dengan terbukanya keran demokratis tersebut menjadi dasar legitimasi yang bisa membenarkan pelaksanaan gerakan #2019GantiPresiden ini.

Kelima faktor tersebut merupakan penjelas dari meluasnya eskalasi gerakan #2019GantiPresiden di beberapa daerah. Begitupun dengan adanya mobilisasi masyarakat dari pemuda, emak-emak serta anak-anak yang ikut menggunakan berbagai atribut dalam gerakan #2019GantiPresiden. Berikut ini adalah beberapa pamphlet yang mendesiminasikan informasi gerakan #2019GantiPresiden melalui media sosial maupun media massa.

Gambar. 1.2 'Pamflet Deklarasi #2019GantiPresiden' di Sejumlah Daerah'



Sumber: <http://radarpekanbaru.com>



Sumber: <http://surabaya.tribunnews.com>

Politik Represi: Dampak Polarisasi Isu Dua Kubu Politik

Dalam deklarasi #2019GantiPresiden yang terjadi di Riau dan Surabaya pada tanggal 26 Agustus 2019 secara bersamaan dihiiasi dengan sejumlah tindakan kekerasan yang dilakukan oleh sejumlah pihak. Deklarasi politik yang melibatkan sejumlah orang-orang terkenal seperti Ahmad Dani dan Neno Warisman dan *dibarengi* oleh sejumlah politisi

partai politik seperti Mardani dan Andre Rosiade menjelaskan bahwa gerakan ini merepresentasikan keberpihakan dari salah satu pasangan Capres dan Cawapres, yaitu pasangan Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno. Atas dasar tersebut muncul sejumlah respon dari kelompok lawan untuk melakukan sejumlah maneuver politik. Pertentangan yang semakin meninggi berdampak pada semakin terfragmentasinya masyarakat pada level bawah. Elite-elite pada level atas dan bawah semakin menjauh atau terpolarisasi ke dalam kutub yang saling berjauhan. Pada kondisi ini, konflik dan kekerasan sangat mudah untuk dipicu dan masyarakat mudah terprovokasi.

Di Surabaya, deklarasi *##2019GantiPresiden* diwarnai dengan tindakan represi yang dilakukan oleh sejumlah pihak seperti Banser dan aparat kepolisian. Perlakuan polisi terhadap emak-emak yang akan menghadiri deklarasi tagar tersebut di Surabaya, bahkan membiarkan kelompok orang penentang gerakan *#2019GantiPresiden* berlaku intimidatif terhadap Ahmad Dani yang akan mengikuti deklarasi ini. Begitu pun dengan Banser yang melakukan *sweeping* terhadap peserta gerakan ini untuk keluar dari masjid ketika mereka hendak menunggu untuk sholat Dhuhur (Jawa Pos, 2018). Selain itu, dalam deklarasi di Surabaya, perlakuan represif terlihat ketika sekelompok kecil orang yang memaksa orang-orang yang berpakaian kaos *#2019GantiPresiden* untuk melepaskannya.

Gambar 1.3 'Pemukulan dalam Deklarasi di Surabaya'



Sumber: cnn.com

Di Riau, tindakan represi terlihat dari perlakuan aparat (Polisi dan BIN) yang membiarkan kelompok penentang menghalangi Neno Warisman ketika hendak mendeklarasikan #2019GantiPresiden. Pembiaran yang dilakukan oleh aparat kepolisian dan BIN ini dipandang sebagai bentuk represi karena membiarkan kelompok lain dari pendukung Jokowi melakukan penghadangan terhadap Neno Warisman. Begitupun dengan tidak mengeluarkan izin untuk deklarasi, juga bisa dilihat sebagai bentuk keberpihakan apratur negara dalam kontestasi pemilihan presiden 2019.

Dari dua kasus deklarasi yang terjadi di Surabaya dan Riau tersebut, kekerasan bisa dibagi menjadi dua bentuk, yaitu kekerasan fisik dan kekerasan simbolik. Kekerasan fisik terlihat dari tindakan represi dari pendukung pasangan Jokowi-Ma'ruf Amin, Banser, dan Aparat Kepolisian terhadap massa aksi. Sedangkan kekerasan simbolik terlihat dari pembiaran yang dilakukan oleh aparat kepolisian terhadap kelompok pendukung pasangan Jokowi-Ma'ruf Amin dalam melakukan penghadangan terhadap Neno Warisman maupun Ahmad Dani.

Dengan menggunakan instrumen negara dan tekanan massa lewat ormas (Banser) pihak pendukung Jokowi-Ma'ruf Amin sedang memainkan manuver politik untuk merespon manuver yang dilakukan oleh kelompok pendukung Prabowo-Sandiaga. Secara garis besar, pihak pendukung Prabowo-Sandiaga menggunakan rasionalitas demokrasi dan kebebasan berpendapat sebagai basis legitimasi tindakan untuk melakukan gerakan #2019GantiPresiden di beberapa daerah, sedangkan pendukung Jokowi-Ma'ruf Amin menggunakan rasionalitas legal-formal dari kekuasaan Negara untuk melegitimasi tindakan dengan menganggap gerakan #2019GantiPresiden sebagai bentuk makar yang mengancam pemerintahan yang sedang berjalan. Atas dasar kedua rasionalitas yang berbeda tersebut, tindakan dari kedua bela pihak pendukung selalu berada dalam ketegangan (*contention*).

Simpulan

Kemunculan gerakan *#2019GantiPresiden* pada dasarnya merupakan sebuah contoh gerakan komunikasi politik organik yang terbangun dalam perpolitikan bangsa Indonesia. Gerakan *#2019GantiPresiden* tersebut menjadi simbol yang menjelaskan bagaimana pertautan antara kondisi politik, media sosial, dan khalayak dalam perpolitikan Indonesia. Kemunculan gerakan tersebut terkait erat dengan momentum pemilihan presiden 2019, yang menghadirkan dua pasang calon, yaitu Joko Widodo – Ma'ruf Amin dan Prabowo Subianto – Sandiaga Uno sebagai kontestan dalam hajatan besar tersebut. Perkembangan gerakan *#2019GantiPresiden* ini menjadi gerakan organik yang mengalami eskalasi secara luas terjadi karena beberapa hal, yaitu; adanya dukungan politik pada level elite, perkembangan teknologi informasi seperti media massa dan media sosial yang pesat, jaringan kepartaian, memanfaatkan popularitas artis, dan liberalisasi politik.

Adapun konsekuesi-konsekuensi yang mengikuti perkembangan gerakan *#2019GantiPresiden* ini adalah adanya tindakan represif yang dilakukan oleh sejumlah pihak. Dalam deklarasi di Surabaya dan di Riau, terjadi kekerasan fisik berupa intimidasi, penghadangan, dan persekusi oleh Banser dan simpatisan pendukung pasangan Jokowi-Ma'ruf Amin, dan juga terjadi kekerasan simbolik yang berupa pembiaran oleh aparat kepolisian dan BIN terhadap simpatisan yang melakukan penghadangan *sweeping* terhadap masa aksi. Tindakan represif ini merupakan bentuk nyata dari buruknya komunikasi politik yang terbangun menjelang pilpres 2019. Selain itu, gerakan tersebut berdampak pada semakin terpolarisasinya elite dan terfragmentasinya masyarakat ke dalam dua kutub masing-masing pasangan. Baik tim sukses, relawan, tim siber, dan partai politik maupun khalayak terpilah ke dalam dua kubu yang berada dalam ketegangan satu sama lainnya. Dalam situasi tersebut, media tidak hanya sebagai *watchdog* bagi pemerintah, tetapi juga telah menjadi sarana propaganda politik.

Referensi

- Altheide, David L. (1997). The News Media, the Problem Frame, and the Production of Fear. *The Sociological Quarterly* 38 (4). Taylor & Francis:647–68.
- Anshari, Faridhian. (2013). Komunikasi Politik Di Era Media Sosial. *Jurnal Komunikasi* 8 (1):91–101.
- Barnett, Steven. (2002). Will a Crisis in Journalism Provoke a Crisis in Democracy?. *The Political Quarterly* 73 (4). Wiley Online Library:400–408.
- Blumler, Jay G, and Anthony D Fox. (1983). *Communicating to Voters: Television in the First European Parliamentary Elections*. Sage Publications (CA).
- Elza Astari Retaduari, E, A. (2018). PSI: #2019GantiPresiden sebar kebencian ke presiden. Diakses dari <https://news.detik.com/berita/4183920/psi-2019gantipresiden-sebar-kebencian-ke-presiden>
- Exoo, Calvin F. (2009). *The Pen and the Sword: Press, War, and Terror in the 21st Century*. Sage Publications.
- Forum Detik. (2018). Fakta media sosial. Diakses dari <http://forum.detik.com/fakta-media-sosial-wow-2019gantipresiden-kalahkan-jokowi2periode-secara-telak-t1696495.html>
- Fox, Richard. (2006). Strong and Weak Media? On the Representation of ‘Terorisme’ in Contemporary Indonesia. *Modern Asian Studies* 40 (4). Cambridge University Press:993–1052.
- Haryanto, Ignatius. (2011). Media Ownership and Its Implications for Journalists and Journalism in Indonesia. *Politics and the Media in Twenty-First Century Indonesia: Decade of Democracy*. Routledge London, UK, 104–18.

- Heryanto, Gun Gun. (2018a). *Media Komunikasi Politik*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- . (2018b). *Problematika Komunikasi Politik*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Howard, Philip N, and Muzammil, M H. (2013). *Democracy's Fourth Wave?: Digital Media and the Arab Spring*. Oxford University Press.
- Khondker, Habibul Haque. (2011). Role of the New Media in the Arab Spring. *Globalizations* 8 (5). Taylor & Francis:675–79.
- Lay, Cornelis. (2012). Democratic Transition in Local Indonesia: An Overview of Ten Years Democracy. *JSP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik)* 15 (3):207–19.
- Lim, Merlyna. (2011). Democratization & Corporatization of Media in Indonesia. *Arizona (Br): Arizona State University*.
- Masduki, Masduki. (2017). Media and Politics: Re-Thinking the Indonesian Broadcasting System. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 21 (1). Gadjah Mada University:14–27.
- McLuhan, Marshall, and Lewis H Lapham. (1994). *Understanding Media: The Extensions of Man*. MIT press.
- Piliang, Yasraf Amir. (2005). *Transpolitika: Dinamika Politik Di Dalam Era Virtualitas*. Jalasutra.
- Saldy. (2018). Deklarasi 2019 ganti presiden di makassar bakal dikawal polda sulsel. Diakses dari <http://makassar.tribunnews.com/2018/08/08/deklarasi-2019-ganti-presiden-di-makassar-bakal-dikawal-polda-sulsel>Tapsell, Ross. (2017). *Media Power in Indonesia: Oligarchs, Citizens and the Digital Revolution*. Rowman & Littlefield International, Limited.
- Taylor, Dylan. (2017). *Social Movements and Democracy in the 21st Century*. Springer.
- Weimann, Gabriel, and Conrad Winn. (1994). *The Theater of Terror: Mass Media and International Terrorism*. Longman New York.

- Wijayanto, Andi. (2010). Social Networking Sites, Komunikasi Politik Dan Akurasi Prediksi Dalam Pemilihan Presiden Di Indonesia.” In *Majalah Pengembangan Ilmu-Ilmu Sosial FORUM*, 38:24–30. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
- Wolfsfeld, Gadi, Elad Segev, and Tamir Sheafer. (2013). Social Media and the Arab Spring: Politics Comes First. *The International Journal of Press/Politics* 18 (2). Sage Publications Sage CA: Los Angeles, CA:115–37.