

BAB II

DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

A. Pemilihan Umum Presiden Indonesia 2019

Pemilihan umum adalah salah satu proses demokrasi untuk memilih pemimpin yang akan menduduki jabatan-jabatan strategis yang ada dalam lembaga pemerintahan formal seperti posisi presiden dalam lembaga eksekutif dan DPR dalam lembaga legislatif (Darmawan, 2015:144). Pemilihan ini dilakukan sesuai jangka waktu yang telah ditentukan. Misalnya di Indonesia selama 5 tahun sekali. Para pemimpin yang sudah terpilih dalam pemilihan umum yang telah dilaksanakan adalah para pemegang kekuasaan yang ke depannya akan menjadi penentu kemana arah kebijakan-kebijakan akan berjalan. Dalam penelitian ini, penulis akan lebih fokus untuk mendeskripsikan bagaimana fenomena pemilihan umum presiden 2019 terjadi.

Dalam pemilihan presiden Indonesia 2019, rivalitas yang terjadi adalah rivalitas lama pada tahun 2014, yang kemudian terjadi kembali pada tahun 2019. Dalam rivalitas tersebut, calon yang diusung menjadi presiden masih sama yaitu Joko Widodo dan Prabowo Subianto. Terdapat dinamika yang perlu menjadi perhatian, yaitu dimulai dari “lobi” antar partai untuk membentuk koalisi sampai dengan manuver politik untuk mendukung kepentingan koalisi. Dalam hal ini sepertinya kecurangan bukanlah sesuatu yang asing lagi, apalagi dalam pemilihan umum.

B. Isu Pada Masa Kampanye

Masa kampanye dimulai dengan rivalitas petahana dan kubu oposisi di tahun 2018. Partai-partai yang terlibat mulai sibuk dengan menjalin komunikasi dan pembentukan aliansi dengan partai-partai lain. Selain itu, terdapat juga gerakan yang disebut dengan #GantiPresiden2019 oleh politisi PKS Mardani Ali Sera yang sempat viral dan menjadi pro kontra di beberapa kalangan.

Gambar 2.1: Tagar Ganti Presiden 2019



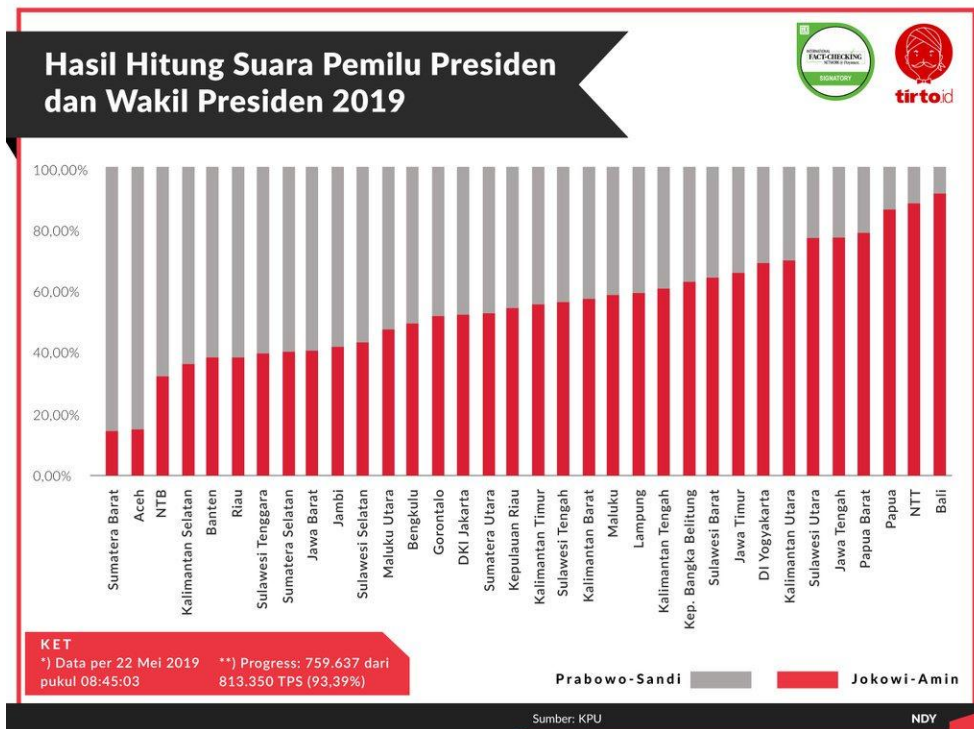
Sumber: Geotimes 16 Juli 2018

Gerakan tersebut adalah gerakan yang diusung oleh politisi PKS sebagai pendidikan politik serta antitesis dari gerakan yang sudah ada yaitu “Dua Periode” oleh petahana (Tempo, 2018). Isu selanjutnya adalah kampanye hitam. Isu tersebut banyak sekali terjadi menjelang pemilihan presiden 2019 ini. Kampanye hitam yang paling meresahkan salah satunya adalah hoaks dan isu SARA. Dengan kemudahan masyarakat mengakses

internet dan media sosial, semakin mudah juga mereka untuk menduplikasi dan menyebarkan pesan. Dalam hal ini, hoaks dan isu SARA menjadi sangat mudah untuk direproduksi, serta menjadi isu yang krusial dalam pemilihan presiden 2019. Dengan adanya isu-isu seperti ini, masyarakat semakin mudah untuk terprovokasi dan terpecah belah. Lembaga IPAC dalam laporannya mengatakan bahwa berita-berita yang tidak bisa dipertanggungjawabkan kebenarannya dapat memunculkan masalah, apalagi jika berita tersebut disebarkan di daerah-daerah terpencil yang sulit dijangkau (BBC, 2018).

Setelah isu-isu hoaks dan SARA semakin susah untuk dibendung, isu-isu tersebut kemudian berkembang menjadi politik identitas. Politik identitas dalam pemilihan presiden 2019 dapat dilihat sebagai salah satu strategi ampuh untuk melumpuhkan lawan politik. Politik identitas sebenarnya sebuah tantangan dalam berpolitik, tetapi akan menjadi kemenangan yang menjanjikan ketika identitas yang dibentuk dapat disetujui dan menguntungkan bersama. Hal ini kemudian terbukti pada pemilihan presiden 2019 kemarin.

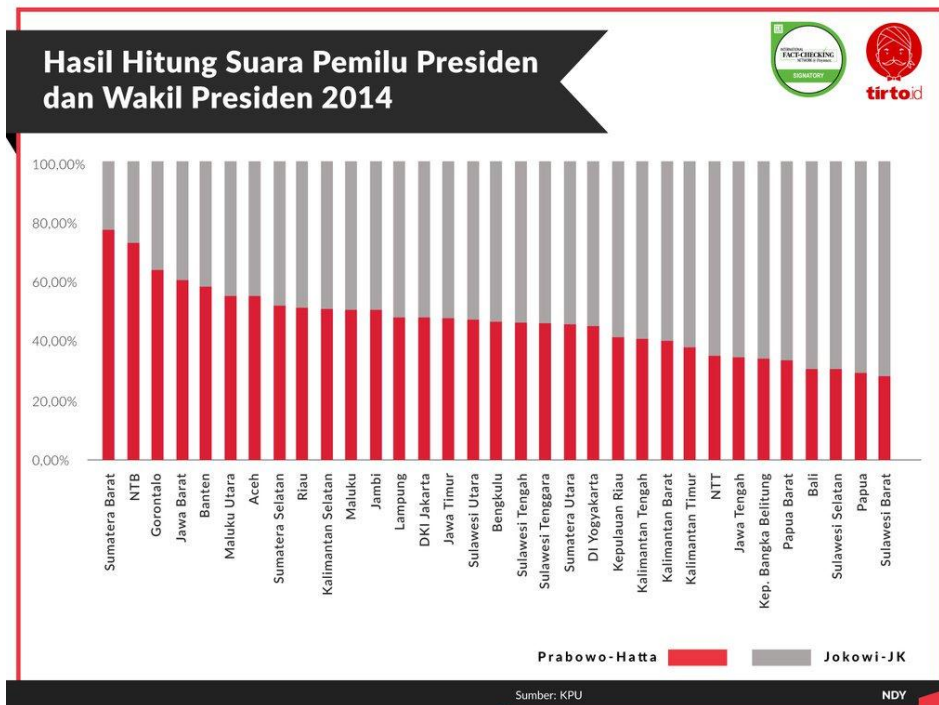
Gambar 2.2: Hasil Hitung Pemilihan Presiden 2019



Sumber: Tirto 24 Mei 2019

Pada tahun 2014, Jokowi berhasil menang di 23 provinsi, sedangkan Prabowo hanya di 10 provinsi saja. Hal ini menjadi berubah pada tahun 2019. Prabowo berhasil menambah wilayah kemenangannya di 13 provinsi, sedangkan Jokowi di 21 provinsi. Contoh dari keberhasilan politik identitas ini bisa dilihat dari perubahan yang signifikan di sejumlah provinsi di Indonesia. Jokowi erat dikenal sebagai presidennya orang Jawa. Dengan julukan tersebut, di daerah DKI, Jawa Tengah, D.I Yogyakarta, dan Jawa Timur Jokowi berhasil memperjauh selisih kemenangannya dari 33,29% pada tahun 2014 menjadi 54,52% pada tahun 2019.

Gambar 2.3: Hasil Hitung Pemilihan Presiden 2014



Sumber: Tirto 24 Mei 2019

Prabowo juga menjadi terkenal di daerah-daerah yang keislamannya kuat. Pada pemilihan presiden 2014 Prabowo mengalami kekalahan di Sulawesi Selatan dan Tengah, tetapi pada 2019 Prabowo berhasil membalikan keadaan dengan menang di kedua wilayah tersebut (Tirto, 2019). Dari contoh yang ada tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa politik identitas adalah cara yang lebih efektif untuk mengumpulkan suara dibandingkan dengan metode yang lain.

Pemilihan presiden 2019 sejauh ini memberikan kesan yang cukup mendalam dalam bidang pendidikan politik di negeri ini. Terdapat beberapa hal yang dapat menjadi pembelajaran ke depannya dalam rangka memperbaiki proses demokrasi di Indonesia. Banyak yang berharap bahwa

pasca terpilihnya presiden pada April 2019 dapat membuat keadaan sosial dan politik semakin membaik. Sayangnya, harapan tersebut masih harus diredupkan. Hal ini dikarenakan masih banyaknya konflik-konflik yang terjadi dan perasaan dendam yang belum mereda oleh berbagai kelompok yang dirugikan terkait pemilihan presiden 2019.

C. POLIKLITIK

Poliklitik adalah bagian dari GeoMedia Group, yang berada di bawah naungan PT. Indonesia Milik Kita. GeoMedia memiliki berbagai macam platform digital, salah satunya adalah Poliklitik. Poliklitik adalah website yang memberikan ilustrasi-ilustrasi mengenai isu politik, sosial, dan budaya yang dikemas dengan humor dan menyisipkan sindiran-sindiran terkait isu tertentu di dalamnya (Geomedia.id, n.d.).

Gambar 2.4: Konten Instagram Poliklitik



Sumber: @poliklitik 14 September 2019

Dalam karya-karya yang disajikan oleh Poliklitik, terdapat berbagai macam ilustrasi yaitu karikatur, mozaik, dan juga komik. Dalam penelitian ini, penulis lebih fokus pada komik yang diunggah ke dalam akun instagram @poliklitik. Komik yang ada dalam @poliklitik adalah komik strip. Seperti yang penulis tuliskan sebelumnya, akun Instagram @poliklitik membuat komiknya dengan humor yang mendidik sesuai dengan isu faktual yang terjadi di masyarakat, sehingga komik tersebut dapat mudah dibaca dan dipahami.

Ide tentang terbentuknya Poliklitik bermula melalui diskusi-diskusi yang dilakukan mengenai kebijakan publik yang selayaknya dikritik oleh masyarakat. Dengan mengemas karyanya dalam bentuk ilustrasi dan komik, Poliklitik ingin menyampaikan kepada masyarakat bahwa sebuah kritik dapat dilakukan dalam berbagai cara, salah satunya melalui humor. Kemudian Poliklitik membuat akun Instagram pada tahun 2015 untuk menyebarkan karya-karyanya di media sosial. Instagram Poliklitik menerbitkan karyanya satu kali setiap hari. Penggunaan instagram menurut Poliklitik adalah salah satu cara yang efektif untuk menjangkau anak muda. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh *Brand Development Lead Instagram*, Paul Webster yang mengatakan bahwa mayoritas pengguna Instagram adalah anak muda berumur 18-24 (Okezone, 2016). Dengan *followers* yang mencapai lebih dari 140.000, akun @poliklitik dikatakan berhasil dalam mengikat hati banyak anak muda.

Pengumpulan referensi yang dilakukan pihak Poliklitik didapat dari membaca dan membicarakan isu yang sedang hangat di media, khususnya dunia maya. Melalui berbagai referensi yang ada tersebut, mereka juga tidak bisa dikatakan media yang secara utuh memproduksi karya-karya yang obyektif. Hal ini mereka kemukakan karena pembuat ilustrasi yang ada dalam Poliklitik memiliki pandangan yang berbeda-beda terhadap suatu isu, sehingga keberpihakan bisa saja terjadi (Poliklitik, wawancara tanggal 09 Oktober 2019).

Dalam rangka pemilihan presiden 2019 yang berakhir pada bulan April kemarin, pihak Poliklitik mengatakan bahwa mereka berusaha mengemas isu-isu yang beredar secara berimbang. Selain itu, mereka juga hanya fokus ke dalam politik kepentingan di dalamnya. Pihak Poliklitik berharap agar penikmat karya mereka ke depannya bisa mendapatkan wawasan yang lebih terbuka terkait kritik dan politik yang sedang berkembang di masyarakat (Poliklitik, wawancara tanggal 09 Oktober 2019).