

REPRESENTASI IDEOLOGI POPULISME DALAM PEMBERITAAN TEMPO.CO

Daniel Deha

danieldeha26@gmail.com

Pascasarjana Ilmu Komunikasi Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jakarta

Article Info

populism, ideology, democracy, framing

Abstract

This research discusses about the representation of populist ideology in the Tempo.co's reporting on #2019GantiPresiden social movement. It uses a critical constructivist paradigm with a qualitative-descriptive approach. The research method used is the framing analysis method with Robert N. Entman's framing analysis model. The results show that Tempo.co uses a language that is unique and synonymous with the concept of populism through words, sentences and images. These dictums not only show Tempo.co's ideology, but simultaneously represent a populist ideology in its reporting. Tempo.co described the mass demonstration (social movement) as a dualism of the Indonesian political democracy system. On one side, Indonesia's political climate is not yet familiar and passionate about populism issues, but on the other side, Tempo.co actually anticipates disruption due to the radicalism of religious-fundamentalists group. Tempo.co's ideology represents the whole face of media politics in Indonesia which regards populism as a deviant ideology.

Copyright © 2021 Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi.

PENDAHULUAN

Dalam sebuah negara demokrasi, wacana adanya gerakan sosial mengatasmakan kepentingan sebanyak mungkin orang merupakan sebuah kemajuan proses demokratisasi. Di beberapa negara-negara maju, gerakan-gerakan semacam itu, yang kemudian mengambil bendera populisme, semakin masif. Bahkan partai-partai dengan visi populis secara mengejutkan memenangkan pemilihan umum dan pemilihan Presiden.

Pada prinsipnya, gerakan populisme merupakan ekspresi kebuntuan rakyat terhadap monopoli kekuasaan dan ketimpangan demokrasi yang tidak dapat diselesaikan secara maksimal oleh pemerintah dan lembaga representasi rakyat. Manifestasi gerakan bervariasi, ada yang dilakukan dalam bentuk aksi-aksi sosial, gerakan sosial, atau demonstrasi besar-besaran menuntut perubahan, bahkan melalui propaganda politik yang ekstrem.

Di Belanda, Inggris atau Jerman, munculnya partai-partai anti-Islam dan anti-terorisme justru menjadi standar baku bagi preferensi politik kontemporer. Populisme menjadi makin relevan karena menawarkan alternatif perbaikan nasib bangsa dengan solusi-solusi yang lebih terukur dan efektif, bukan sekedar bersuara. Aktor politik populis kerap menggunakan gaya retorika khusus dengan memekikkan orasi permusuhan, emosional, dan abrasif yang melaluinya mereka terhubung dengan orang-orang yang tidak puas terhadap status quo, antara lain masyarakat akar rumput dan kaum minoritas yang terlindas oleh kekuasaan (Block and Negrine, 2017).

Di Indonesia, Kurniawan (2018) menemukan bahwa siklus Pemilihan Presiden (Pilpres) 2019 diwarnai oleh masifnya propaganda busuk yang digerakkan oleh kubu Prabowo Subianto untuk menggulingkan Joko Widodo. Bentuk utama populisme yang muncul selama momentum ini berupa politisasi agama, salah satunya melalui eksemplar gerakan

Corresponding Author:

Pascasarjana Ilmu Komunikasi Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jakarta
Jl. Raya Lenteng Agung No.32, RT.12/RW.1, Lenteng Agung, Kec. Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12610
Email: danieldeha26@gmail.com

#2019GantiPresiden. Menurut Kurniawan, realitas ini menunjukkan bahwa trayektori politik populisme tidak dapat dihindari. Dengan menggunakan sentimen SARA, gerakan ini melakukan politisasi agama berbasis wacana populistik dengan argumentasi distortif untuk menghidupkan daya legitimasi agama dalam rangka kepentingan politik sekelompok orang.

Meski demikian, gerakan populisme di Indonesia tidak selalu dilihat sebagai manifestasi budaya demokrasi. Artinya, gerakan populisme yang ekstrem melalui jalur propaganda belum relevan dengan iklim demokrasi Indonesia. Catatan demokrasi pada rezim-rezim sebelumnya, khususnya Orde Baru, memberi luka sejarah bagi varian demokrasi di Indonesia. Hadiz (2017) melihat bahwa konsep “rakyat” dalam gerakan populisme di Indonesia seringkali dipertukarkan dengan konsep “ummat” sehingga kerap kali mengarah kepada politik identitas (agama).

Berbicara tentang populisme tentunya tidak terlepas dari ideologi dan kepentingan. Di era globalisasi, ideologi ini merasuk dalam beragam dimensi, sosial, ekonomi dan bisnis, maupun hubungan antarnegara. Dalam masyarakat yang belum tertata rapi, populisme dan propaganda lebih dilihat sebagai alat atau cara untuk meraih suatu tujuan, termasuk dengan cara-cara non-demokratis. Di negara demokratis, populisme harus menemukan bentuk yang sesuai dengan tatanan hukum dan kemaslahatan hidup bersama. Lagipula, saat ini media telah dikomodifikasi sebagai mesin propaganda paling efektif untuk memuat kepentingan politik populisme.

Populisme dan media memang sudah memiliki keterhubungan teoretik yang sudah terjalin sejak awal era internet. Bahkan beberapa sarjana mengklaim bahwa internet berpotensi untuk “merestrukturisasi kekuatan politik langsung aktor populis” dan mempromosikan komunikasi tanpa perantara antara politisi dan rakyat. Hal ini karena pada umumnya aktor populis berniat menjalin hubungan langsung dengan rakyat (Engesser, et.al, 2017).

Di tengah logika media yang cenderung bekerja dengan menerapkan logika baru, yaitu hibridasi, aktor populis beralih ke media sosial untuk menghindari lembaga media dan *gatekeeping* jurnalistik. Dengan

cara ini, pesan populis disampaikan tidak harus mengikuti nilai-nilai berita dan seringkali lebih personal dan sensasional. Karena itu, populisme di media sosial dapat memmanifestasikan dirinya dalam bentuk bingkai tindakan pribadi untuk mengurangi tingkat kompleksitas ideologi yang rendah bahkan lebih komprehensif bagi pengguna media sosial. Selain itu, para politisi dapat menjaga agar ideologi populis tertata dengan baik untuk mendapatkan manfaat dari inklusivitas “bingkai tindakan pribadi” (Engesser, et.al, 2017).

Sebagaimana dikatakan Mudde (Margiansyah, 2019) bahwa pola strategi politik populisme kini cenderung menggunakan logika media yang menegaskan aspek personalisasi, emosionalisasi dan sifat anti-kemapanan dalam memenangkan dukungan konstituen. Untuk memahami pola tersebut penting untuk mengetahui moda interaksi populis dalam mengkonstruksikan kesamaan kepentingan dengan konstituen yang majemuk. Moda interaksi tersebut dioperasionalisasikan melalui tiga jalur yaitu diskursif, ideasional, dan material.

Jalur diskursif lebih banyak mengedepankan narasi dan retorika yang menggugah emosional dan berkelindan dengan kekuatan rasional dan aksi komunikatif. Jalur ideasional merujuk pada penyerapan dukungan yang mengandalkan faktor kognitif dan emosional seperti keterkaitan emosional, afeksi personal, simpati, norma subjektif, dan keyakinan. Sementara jalur material cenderung mengeksploitasi soliditas jaringan sosio-ekonomi, kapasitas distribusi pengaruh, penyediaan bantuan finansial dan sumber daya lainnya. Yang paling penting untuk dicatat moda artikulasi ini juga bergantung kepada impresi dan signifikansi yang dimaknai audiens atau masyarakat.

Signifikansi peran media dalam gerakan populisme kontemporer beriringan dengan perkembangan teknologi digital sebagai cara atau strategi penyampaian pesan dan informasi kepada khalayak (Tabroni, 2012). Tidak dapat disangkal, diversifikasi strategi komunikasi dan pesan yang termuat dalam media meniscayakan representasi ideologi media itu sendiri. Bahwa media bersinggungan dengan kepentingan material yang senantiasa membayangi

kinerjanya. Tarik-menarik media dan institusi sosial inilah yang menjadi pokok permasalahan ideologis media.

Menurut Rusadi (2015) ada dua kategori ideologi media, yaitu ideologi media itu sendiri dan ideologi dalam media. Ideologi media adalah ideologi yang dimiliki oleh media. Ini menyangkut landasan atau visi dasar dari pendirian institusi media. Sementara ideologi dalam media adalah seperangkat ideologi yang termuat dalam isi media. Ini bisa menyangkut berita, iklan, drama, film, dll. Faktum-faktum ini kemudian direpresentasikan oleh media untuk membentuk suatu konstruksi tertentu atas realitas. Dalam konsep representasi, realitas atau fakta pemberitaan tidak lagi dilihat sebagai bukti fisik, tapi sudah berubah menjadi gagasan atau narasi, yang kemudian terungkap melalui bahasa. Produksi bahasa tersebut bisa dilakukan oleh wartawan maupun narasumber.

Dengan merujuk pada teori representasi Hall (Rusadi, 2015) dan perspektif teori konstruktivis, bahasa yang diproduksi oleh media tergantung pada konteks sosial di mana bahasa itu diciptakan. Media selanjutnya membuat dan mengorganisasi makna realitas melalui aneka kode dan sistem bahasa. Melalui kode tertentu, media mampu menciptakan sebuah realitas sebagai nyata dan berarti. Dengan demikian, dalam produksi pemberitaan, ada muatan ideologi tertentu dalam media.

Sebagai sebuah institusi, Tempo.co tidak berada pada ruang kosong. Ia memiliki ideologi dasarnya dan senantiasa berinteraksi dengan berbagai ideologi lain di luar dirinya, antara lain dengan wartawan dan konteks sosial politik. Hal itu terlihat dari catatan perjalanannya, Tempo.co, sebagai bagian dari Tempo Grup, terkenal sebagai media yang tajam mengkritik penyelewengan kekuasaan pemerintah. Bahkan Tempo sering dibredel rezim karena kritik-kritiknya. Setidaknya dua kali Tempo dibredel rezim hingga pada 1998 kembali beroperasi secara normal setelah Soeharto lengser dari kekuasaan.

Salah satu fenomena komunikasi media terkini yang diberitakan Tempo.co adalah pemberitaan terkait dinamika politik jelang kontestasi Pilpres 2019. Di tengah manuver politik yang dijalankan elite politik,

muncul sebuah gerakan sosial mengatasnamakan rakyat kebanyakan untuk mendesak ketidakpuasan terhadap kebijakan pemerintah. Mengikuti terminologi Twitter, gerakan ini secara padat dan tajam dirumuskan dalam tagar #2019GantiPresiden. Term tersebut tampak pendek, tetapi provokatif dan memicu militansi sosial yang kuat di kalangan masyarakat, khususnya umat Islam. Dari aspek komunikasi politik (Sujoko, 2019), gerakan tersebut merupakan bentuk komunikasi politik organik yang berbasis individual dan sukarela yang didukung oleh media sosial dalam membangun dukungan massa politik.

Merespon gejala politik tersebut Tempo.co menjadikannya sebagai diskursus publik lewat pemberitaan-pemberitaan yang khas sesuai perangkat ideologis yang melingkupinya. Asumsinya, konstruksi atau representasi peristiwa yang dipublikasikan Tempo.co tidak selalu bersifat faktual karena merupakan produk kepentingan ideologi dan ekonomi politik media, wartawan maupun kepentingan struktur di luar media. Diktum-diktum yang terpilih oleh wartawan tentu bukanlah kesengajaan, tetapi menunjukkan proses pemaknaan berdasarkan ideologi tertentu.

Selain Tempo.co, ragam institusi media di Indonesia turut menyoroti peristiwa panas jelang Pilpres 2019 tersebut. Pratama (2018), misalnya, dengan menggunakan analisis framing Robert N. Entman, menemukan bahwa VOA-Islam cenderung membuat opini agar pembaca percaya bahwa keterpurukkan terjadi di bawah kepemimpinan Jokowi sembari menawarkan gerakan sosial #2019GantiPresiden sebagai solusi.

Demikian halnya Putra dan Triyono (2018) ketika menggunakan analisis wacana kritis Norman Fairclough, kedua peneliti menemukan bahwa gerakan ini dianggap sebagai gerakan konstitusional untuk melakukan pemberontakan terhadap pemerintah Jokowi. Hal ini lebih karena Kompas.com sebagai media online pro-pemerintah, sehingga selalu menciptakan citra positif terhadap pemerintahan Jokowi.

Di Twitter, Suharman (2019) mencoba meneliti gerakan #2019GantiPresiden untuk melihat representasi

makna yang muncul di balik hastag tersebut. Menggunakan pisau analisis semiotika Roland Barthes, Suharman menemukan bahwa berdasarkan analisis dua tahap penandaan, terdapat tiga mitos dalam tagar #2019GantiPresiden, yaitu masyarakat sulit mengambil keputusan dalam Pilpres 2019; masyarakat tidak memilih Jokowi karena bermasalah; dan masyarakat harus memilih Prabowo karena mendapat dukungan dari masyarakat dan tokoh agama. Artinya, gerakan ini bukan lagi demonstrasi biasa, melainkan model propaganda politik untuk menjatuhkan citra Jokowi di benak publik.

Berbeda dengan VOA-Islam maupun Kompas.com, Tempo.co justru memberitakan gerakan ini secara lebih berimbang atau *cover both side*. Tidak hanya menunjukkan ekspresi demokrasi, Tempo.co juga mengkritik propaganda berlebihan yang dilakukan sekelompok massa dalam gerakan ini. Namun bagaimana Tempo.co mengkonstruksi wacana populisme menggunakan kode dan sistem bahasa dalam pemberitaannya menjadi penting untuk diteliti. Karena itulah penelitian ini tidak hanya menggali representasi ideologi populisme dalam gerakan #2019GantiPresiden, melainkan yang terutama adalah membedah ideologi Tempo.co dalam pemberitaannya.

KAJIAN PUSTAKA

Metodologi

Paradigma penelitian ini adalah konstruktivisme kritis dengan tujuan merekonstruksi realitas secara dialektis antara peneliti dengan pelaku sosial yang diteliti untuk melihat sejauh mana temuan merupakan refleksi otentik dari realitas para pelaku sosial (Wibowo, 2013)

Jenis penelitian ini adalah deskriptif-kualitatif. Penelitian deskriptif dibuat untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu kondisi riil pada saat penelitian dilakukan untuk membuat penjelasan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu (Arikunto, 2002). Dengan pendekatan kualitatif peneliti menekankan konsep, persepsi, perilaku dan persoalan tentang manusia serta

data-data non-numerik.

Objek penelitian ini berfokus pada pemberitaan tentang #2019GantiPresiden. Subyek penelitian ini adalah dua berita terseleksi dari sekitar 100 berita pilihan selama periode April-September 2018. Kedua berita ini dipilih secara arbitrer sesuai kepentingan penelitian (Neuman, 2019) dan dilakukan melalui metode *non random sampling*, yaitu *purposive sampling* (Sugiyono, 2010). Kedua sampel berita tersebut memiliki topik yang koheren dengan permasalahan penelitian. Kedua berita telah diseleksi, baik soal kedalaman isi berita maupun substansi pemberitaan sesuai kepentingan penelitian ini. Adapun kedua berita tersebut yaitu: 1) Pengamat: Tagar #2019GantiPresiden Agitasi dan Propaganda Politik (6 April 2018) dan 2) Hak Publik dalam Kampanye Ganti Presiden (4 September 2018).

Pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi terhadap pemberitaan mengenai gerakan #2019GantiPresiden. Untuk menganalisis representasi ideologi populisme pada Tempo.co, peneliti menggunakan teknik analisis framing Entman dengan melacak kata-kata, kalimat dan citra teks pemberitaan.

Kajian Teoretik

Representasi

Representasi berasal dari kata *represent* yang bermakna *stand for* artinya “berarti”. Representasi juga berarti *to re-present*, artinya menghadirkan kembali peristiwa masa lalu melalui tulisan atau biografi atau sejarah (Giles & Middleton, 1999). Menurut Hall (2003) representasi adalah bagian esensial dari proses produksi dan pertukaran makna antara anggota sebuah kebudayaan tertentu. Hall menulis: “Anggota budaya yang sama harus berbagi konsep, gambaran, dan ide yang memungkinkan mereka berpikir tentang dunia dengan cara yang hampir sama. Secara umum, mereka harus berbagi kode budaya yang sama. Dengan demikian, rasa berpikir itu adalah sistem representasi.”

Hall (2003) menandakan bahwa pikiran dan perasaan dapat memproduksi sebuah makna. Meski dalam sebuah masyarakat ada perbedaan kebudayaan, yang menyebabkan perbedaan pemahaman terhadap sesuatu, namun kelompok masyarakat telah sepakat

untuk memahami sesuatu melalui konvensi bersama. Menurut Hall (2003), makna diproduksi lewat bahasa, sehingga konsep dan tanda (bahasa) menjadi penting dalam proses konstruksi atau produksi makna tersebut.

Secara sederhana dapat dipahami bahwa untuk mempresentasikan sesuatu berarti untuk menggambarkan atau melukisnya, atau untuk “memanggilnya” ke dalam pikiran kita dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan atau membayangkan. Karena itu, representasi juga berarti menyimbolkan, mewakili, menjadi contoh, atau menjadi pengganti dari sesuatu.

Hall (1997) membedakan tiga pendekatan representasi antara lain: Pertama, pendekatan reflektif: bahasa berfungsi sebagai cermin, yang merefleksikan makna yang sebenarnya dari segala sesuatu yang ada di dunia. Dalam pendekatan reflektif, sebuah makna bergantung kepada sebuah objek, orang, ide, atau peristiwa di dalam dunia nyata, dan bahasa berfungsi seperti cermin, untuk memantulkan arti sebenarnya seperti yang telah ada di dunia. Kedua, pendekatan intensional: menggunakan bahasa untuk mengkomunikasikan sesuatu sesuai dengan cara pandang terhadap sesuatu melalui bahasa. Dan ketiga, pendekatan konstruktivis: proses mengkonstruksi makna lewat bahasa yang dipakai.

Hall (1997) menambahkan, representasi merupakan produksi makna dari suatu konsep melalui bahasa yang merujuk pada objek, baik dunia nyata maupun imajiner. Artinya, ungkapan dari bahasa akan merujuk pada ideologi tertentu. Secara teoretik, media dapat merepresentasikan berbagai ideologi baik karena dimensi yang bersumber dari ketidaksadaran media maupun ketidaksadaran sumber informasi media. Karenanya, ideologi yang ada dalam media merupakan proses reproduksi dari ideologi yang ada dan bisa juga merupakan kontestasi berbagai ideologi, seperti politik, ekonomi maupun sosial budaya.

Menurut Hall (1995) dalam kajian media aspek ideologi dari paradigma kritikal memiliki dua fokus, yaitu pertama, produksi dan transformasi diskursus ideologis yang diarahkan oleh teori-teori yang berkaitan dengan aspek simbolik dan karakteristik bahasa dari diskursus ideologis; dan kedua,

konseptualisasi dalam pembentukan lembaga sosial. Selanjutnya, ideologi tersebut didistribusikan melalui wacana dan komunikasi. Namun, wacana dalam praktiknya juga akan menjadi arena pertarungan ideologi. Dalam pengandaian bahwa media bisa memproduksi wacana, maka serta merta akan menjadi arena kontestasi ideologi (lih. Rusadi, 2015).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa representasi adalah proses untuk memproduksi makna dari konsep yang dipikirkan manusia melalui sistem bahasa. Proses pemaknaan ini sangat bergantung kepada tiap individu dan komunitas budaya, termasuk institusi media. Seperti ditemukan Jokomono (2013) bahwa ada penonjolan isu wartawan Jepara dan Non-Jepara pada teks-teks feature preview Persijap dalam Indonesia Super League musim kompetisi 2009-2010 di Suara Muria, Edisi Komunitas Suara Merdeka.

Populisme sebagai Ideologi

Populisme berasal dari kata bahasa Latin *populus*, yang artinya “rakyat” (Paskarina, dkk., 2015). Dalam kajian politik, Mudde (2007) melihat populisme sebagai sebuah ideologi yang membagi masyarakat ke dalam dua kelompok antagonis, sebagai “rakyat berbudi luhur” dan “elit yang korup”, atau kekuatan dominan yang disebut modal global, perusahaan, elit politik, imperialisme, dan oligarki (Waisbord, 2018). Ideologi ini menyatakan bahwa politik adalah ekspresi dari kehendak umum rakyat. Paham kekuatan rakyat ini merupakan respons atas tumbuhnya ketidakpercayaan rakyat terhadap institusi politik, ketidakadilan, dan juga kekecewaan terhadap janji liberalisme dan modernisasi, terutama di masyarakat yang sedang berkembang.

Menurut Mudde (2007), ideologi populisme memiliki tiga ciri umum, anti-kemapanan (anti-elit), otoritarianisme, dan nativisme. Anti-kemapanan menekankan pada nilai kebijaksanaan dari “ordinary people” atau mayoritas bungkam untuk menunjukkan sinisme dan kebencian kepada elit. Elit adalah kelompok atau golongan yang ada di suatu masyarakat yang memiliki keunggulan atau superioritas apabila dibandingkan dengan kelompok atau golongan yang lainnya (Haryanto, 2005). Melalui gerakan sosial, aktor populis menaruh prasangka bahwa pemerintah telah memusatkan kekuasaan di tangan sedikit orang

(Morelock, 2018).

Populisme otoritarianisme menekankan kekuatan personal dan karisma figur untuk merepresentasikan kehendak rakyat. Otoritarianisme cenderung dihubungkan dengan hukum dan ketertiban untuk mengatur imigran seperti tampak dalam perjuangan aktor populis di Eropa. Populisme otoriter pun cenderung menciptakan fetisisme politik, yaitu pengkultusan terhadap aktor populis (Muhtadi, 2019). Populisme Indonesia kontemporer kerap dipandang sebagai populisme otoriter di mana karisma figur sangat ditonjolkan (Margiansyah, 2019).

Populisme nativisme mengasumsikan bahwa semua orang adalah kesatuan yang seragam atau homogen dengan identitas yang sama, di mana negara harus mengeksklusi orang-orang dari negara dan budaya lain. Dalam wacana ini, populisme cenderung mendukung monokulturalisme, pribumi-non-pribumi, nasional-asing, dan membatasi nilai-nilai liberal. Populisme ini juga muncul kuat di Eropa dan AS melalui gerakan anti-imigran Islam yang dianggap menciptakan kekerasan (terorisme).

Secara umum, Gidron & Bonikowski (2013) mengidentifikasi tiga ciri umum populisme, yaitu populisme sebagai ideologi, sebagai gaya diskursif dan sebagai strategi politik. Sebagai ideologi, populisme lebih menekankan pada ide-ide atau gagasan yang disampaikan oleh aktor maupun kelompok populis. Sebagai gaya diskursif, populisme dilihat sebagai “retorika” yang membangun politik sebagai moral dan etika perjuangan antara rakyat dan oligarki. Sementara sebagai strategi politik, populisme menjadi alat untuk merebut atau mempertahankan kekuasaan.

Tiga pendekatan studi populisme ini memiliki perbedaan, tetapi juga memiliki keterhubungan yang tumpang tindih. Pauwels (2011) berpendapat bahwa menganggap populisme sebagai ideologi tidak mengesampingkan kemungkinan bahwa ia menampilkan gaya diskursif tertentu. Asumsinya, jika tujuan aktor populis adalah untuk mengembalikan kekuasaan kepada rakyat, wajar jika mereka menggunakan bahasa rakyat. Kesamaan antara pendekatan ideasional dan diskursif ini sangat jelas, mengingat bahwa keduanya menekankan kerangka

politik Manichean dan perbedaan antara “kami” dan “mereka” sebagai komponen fundamental dari retorika populis.

Namun, ada juga perbedaan teoretis dan metodologis penting antara keduanya. Mudde and Kaltwasser (2012), misalnya, yang menggunakan pendekatan ideasional, mengkritik teori populisme diskursif (Laclau, 2005b). Keduanya berpendapat bahwa populisme tidak bisa disamakan dengan bentuk dualistik retorika, sehingga memperluas istilah di luar batas teoretisnya membuatnya terlalu abstrak untuk menjadi objek dari analisis empiris. Sebaliknya, pendukung diskursif berpendapat bahwa populisme memang merupakan bentuk diskursif untuk semua aktor politik dan tidak hanya untuk mereka yang disebut sebagai populis. Dari perspektif ini, istilah populis “harus dipahami bukan untuk menandakan bahwa [...] subyeknya populis, dalam cara mereka adalah anggota serikat atau partai, tetapi semua orang yang menggunakan populisme sebagai metode persuasi untuk mendefinisikan kembali rakyat dan musuh mereka” (Panizza, 2005).

Dalam hubungannya dengan populisme sebagai strategi politik, Barr (2009), memandang bahwa itu membutuhkan kepemimpinan yang kuat untuk mewakili kepentingan masyarakat dan menghindari distorsi kepentingan organisasi perantara. Ketokohan ini tampak dalam diri aktor populis seperti Juan Peron di Argentina atau Hugo Chavez di Venezuela.

Dengan demikian, ada perbedaan teoretik antara ketiga tradisi dimana membawa implikasi tentang bagaimana dan untuk apa populisme dapat jelaskan, bagaimana harus didefinisikan, dan bagaimana seharusnya dipelajari secara empiris. Dalam penelitian ini, peneliti meletakkan populisme menurut tiga varian konseptual. Sebagai ideologi, peneliti berupaya menggali representasi ideologi populisme dalam pemberitaan Tempo.co. Sebagai retorika, peneliti mendudukkan gerakan #2019GantiPresiden sebagai permasalahan komunikasi atau retorika. Sebagai strategi politik untuk melihat motivasi gerakan tersebut di mana bertujuan melengserkan kekuasaan Jokowi.

Populisme sebagai Gerakan (Sosial)

Populisme selalu menjadi wacana yang dianggap “laku terjual” di kalangan rakyat yang notabeneanya sedang dilanda aneka keresahan dan kekecewaan terhadap janji politik lama. Gerakan populisme melalui janji perbaikan nasib rakyat dan program distribusi kesejahteraan telah menarik dukungan rakyat yang masif di akar rumput. Dalam konteks negara demokrasi, bentuk-bentuk gerakan populisme dapat dilihat sebagai bentuk kemajuan demokratisasi (Muhtadi, 2013).

Sebagai gerakan politik, Laclau (2005) memberikan pandangan yang cukup komprehensif mengenai populisme. Ia memahami populisme sebagai gerakan politik multi-kelas dan supra-kelas yang hadir dalam momen politik rapuhnya hegemonik kekuatan politik dominan yang memberi munculnya struktur kesempatan politik baru bagi tampilnya gerakan politik akar rumput yang dipimpin oleh pemimpin karismatik untuk mengartikulasikan wacana anti-kemapanan. Laclau secara eksplisit mengatakan bahwa populisme bukanlah “semacam fenomena politik marjinal, tetapi ... esensi dari politik”.

Canovan (1999) kemudian melihat populisme tidak hanya sebagai gerakan atas nama rakyat, tetapi juga sebuah seruan akan pengakuan otoritas. Ia menulis: “Kepemimpinan populis mendapatkan legitimasi berdasarkan klaim bahwa mereka berbicara atas nama rakyat, untuk menghadirkan kembali kedaulatan demokrasi sebagai perlawanan terhadap kekuasaan partai atau faksi yang memecahbelahkannya.”

Dengan merujuk pada argumentasi Canovan, Block and Negrine (2017) pun berpendapat bahwa metode yang paling mungkin untuk mendekati populisme dilakukan dengan meletakkannya sebagai gaya komunikasi politik dalam konstruksi identitas dan kekuatan politik. Pendekatan ini mengacu pada konsep pakar komunikasi yang menempatkan masalah komunikasi di jantung populisme. Hal itu karena populisme terutama merupakan tindakan berbicara, di mana aktor populis menggunakan bentuk-bentuk komunikasi seperti kata dan gambar untuk berhubungan dengan kelompok-kelompok yang kecewa, tidak beruntung serta dirugikan dan menjelekkan elite atau penguasa.

Aktor populis biasanya cenderung berkomunikasi dengan bahasa sederhana yang mudah dipahami orang biasa, seperti halnya tagar #2019GantiPresiden. Mereka mengklaim bahwa mereka peduli dengan keprihatinan rakyat dan ingin membela kepentingan rakyat (Jagers and Walgrave, 2005). Mereka memanfaatkan media-media alternatif, seperti media sosial, untuk menyuarakan kampanye dan membentuk pencitraan mengenai isu tertentu.

Merujuk pada teori yang dikonsolidasi de Vreese, et.al (2018), disebutkan bahwa aktor populis memanifestasikan dirinya dalam tiga wacana penting, yaitu 1) merujuk pada “rakyat”, 2) perlawanan terhadap elit “korup”, dan dengan kemungkinan perluasan 3) identifikasi kelompok luar (*out-group*). Tiga wacana ini merujuk pada pendapat Jagers and Walgrave (2005) bahwa populisme: 1) selalu merujuk pada rakyat dan mengidentifikasi dengan rakyat; 2) berakar pada perasaan anti-elit; dan 3) menganggap orang-orang sebagai kelompok yang berbeda secara monolitik.

Menjelang Pilpres 2019, muncul politik tandingan di bawah bendera populisme religius yang termanifestasi dalam gerakan #2019GantiPresiden. Gerakan ini pada mulanya terbangun berdasarkan prakarsa masyarakat dengan tujuan untuk melontarkan tuntutan atas perubahan dalam institusi maupun kebijakan pemerintah yang dirasa tidak sesuai dengan kehendak masyarakat. Dengan kata lain, gerakan ini lahir dari keinginan untuk melakukan perubahan dan pergantian kepemimpinan karena dinilai tidak adil. Mereka menilai Presiden Jokowi telah berlaku sewenang-wenang terhadap rakyat kebanyakan.

Menurut Giddens (Putra, 2006), gerakan sosial adalah suatu upaya kolektif untuk mengejar suatu kepentingan bersama atau gerakan mencapai tujuan bersama melalui tindakan kolektif di luar lingkup lembaga-lembaga yang mapan. Seperti tampak dalam gerakan #2019GantiPresiden, ada pemingkiaan ideologi untuk menyamakan pandangan di masyarakat terhadap isu politik menjelang Pilpres 2019 bahwa Jokowi gagal memperbaiki nasib rakyat. Berdasarkan pemingkiaan itu, para inisiator mobilisasi massa di seluruh Indonesia sebagai basis tindakan kolektif untuk menurunkan citra politik Jokowi.

Dengan berkembangnya teknologi informasi, saluran ideologi politik gerakan seperti ini dapat terlacak melalui pemberitaan media. Hal itu berangkat dari asumsi dasar bahwa media menjadi wahana pertarungan ideologis (Rusadi, 2015). Karena media menjadi tempat presentasi dan distribusi ideologi, dalam media termuat berbagai macam ideologi, yang memungkinkan adanya pertarungan dan monopoli ideologi.

TEMUAN DAN DISKUSI

Peneliti memetakan penelitian ini berdasarkan tahapan analisis framing Entman. Menurut Entman (1993:52), “Framing pada dasarnya melibatkan seleksi dan arti-penting. Untuk membingkainya kita memilih beberapa aspek dari realitas yang tampak dan membuatnya lebih menonjol dalam teks yang berkomunikasi, sedemikian rupa untuk mengembangkan definisi masalah, interpretasi kausal, evaluasi moral, dan/atau intepretasi rekomendasi untuk item yang dijelaskan.”

Kerangka framing Entman memuat empat komponen dasar, yaitu: 1) *define problems*; merupakan bingkai utama dari kerangka analisis framing. Ini menyangkut bagaimana peristiwa dimaknai oleh wartawan; 2) *diagnoses causes*; digunakan untuk menyingkap apa dan siapa aktor dari suatu peristiwa. Pendefinisian sumber masalah ini secara luas menyertakan juga siapa yang menjadi pelaku dan korban dari suatu peristiwa; 3) *make moral judgement*: elemen yang dipakai untuk membenarkan atau memberi pendasaran atau pilihan argumen moral wartawan atas definisi permasalahan suatu peristiwa; dan 4) *treatment recommendation*: elemen yang dipakai untuk menilai apa yang dikehendaki wartawan; suatu jalan keluar atau tawaran solusi wartawan untuk menyelesaikan masalah (Eriyanto, 2012).

Ada dua perangkat dasar analisis framing Entman, yaitu seleksi isu dan penonjolan aspek tertentu. Tahap seleksi itu menyangkut pemilihan fakta: aspek mana yang perlu dipublikasikan dan mana yang tidak. Sementara itu, penonjolan aspek tertentu dari isu berhubungan dengan penulisan fakta, yaitu terkait pemilihan kata, kalimat, gambar, dan citra tertentu

untuk ditampilkan kepada khalayak.

Karena itu, frame berita muncul pada dua level yang berbeda. Pertama, konsepsi mental yang digunakan untuk memproses informasi dan sebagai karakteristik dari berita. Kedua, perangkat spesifik dari narasi berita yang dipakai untuk membangun pengertian mengenai peristiwa. Frame berita ini dibentuk dari kata kunci, metafora, konsep, simbol, dan citra yang ada dalam berita. Melalui framing, perhatian terhadap aspek tertentu dari realitas menjadi penting serentak mengabaikan elemen lainnya (Sobur, 2012). Berikut gambaran grafis analisis framing tahapan pertama Entman.

Tabel 1. Analisis Tahap I

No	Komponen	Berita I	Berita II
1	Define problems	Dikotomi gerakan: propaganda atau demokrasi, kebebasan berpendapat	Dikotomi: radikalisme atau demokrasi, jaminan kebebasan berpendapat
2	Diagnose causes	Kelompok oposisi pemerintah	Polisi dan aparat BIN
3	Make moral judgement	Untuk kesehatan demokrasi, kedua kubu mesti berkompetisi melalui adu gagasan	Polisi dan BIN harus cermat memahami persoalan mana hak publik dan bukan hak publik
4	Treatment recommendation	Bentuk propaganda politik tidak sesuai dengan iklim demokrasi Indonesia	Jika melanggar dasar negara, gerakan tersebut harus ditindak tegas

Selanjutnya, peneliti melakukan analisis teks melalui tahap kedua Entman dengan menyertakan seleksi isu dan penonjolan aspek tertentu. Berikut gambaran grafis tahap kedua tersebut.

Tabel 2. Analisis Tahap II

No.	Berita	Seleksi Isu	Penonjolan Aspek Tertentu
1.	Berita I	Gerakan #2019GantiPresiden sebagai agitasi dan propaganda Kemasan bahasa bersifat lugas dan provokatif Mereduksi hegemonik satu kekuatan politik Gerakan untuk mendidik politik masyarakat	Kalimat: a) gerakan #2019GantiPresiden sebagai bagian dari upaya agitasi dan propaganda untuk meruntuhkan kredibilitas pemerintah yang sedang berkuasa; b) bahasa oposisi pemerintah; c) tagar #2019GantiPresiden merupakan bagian dialektika berdemokrasi; d) bagus untuk kesehatan demokrasi kita; e) Demokrasi, kata dia, memerlukan kompetisi bila ingin berjalan lebih baik; f) kompetisi dalam pilpres akan lebih berisi agar problem bangsa bisa selesai. Kata: propaganda, demokrasi, antitesis, kemasan bahasa, mendidik, monolog, dialektika demokrasi Citra: alat propaganda, bahasa lugas, provokatif, oposisi pemerintah, perang dua kubu
2.	Berita II	Gerakan #2019GantiPresiden adalah gerakan yang biasa sejauh tidak mengumbar kebencian, propaganda dan ingin mengganti dasar negara Kinerja aparat keamanan yang tidak netral menjamin hak kebebasan warganegara Kepolisian mesti memahami penggolongan hak publik dan bukan hak publik Presiden tidak boleh tinggal diam Dugaan adanya susupan aliran radikal yang ingin menggantikan dasar negara	Kalimat: a) sebenarnya tak ada yang istimewa pada deklarasi gerakan ganti presiden 2019; b) Polisi semestinya melindungi hak warga negara dalam menyampaikan pendapat; c) Para penggiat gerakan ganti presiden sepatutnya mawas diri; d) sebagai kepala negara, ia berkewajiban menjaga demokrasi dan hak sipil warga negara; e) Terhadap ujaran kebencian dan propaganda melawan Pancasila, polisi hendaknya berlaku tegas; f) polisi hendaknya cermat dalam membaca keadaan Kata: gerakan biasa, mengganti dasar negara, hak sipil warganegara, anti-Jokowi, hak publik, kebebasan dan kemerdekaan Citra: aparat tidak netral, presiden seolah mendukung ketidaknetralan aparat, polisi tidak memahami baik hak-hak publik dan bukan hak publik, agenda gerakan bersifat inkonstitusional

Representasi Ideologi Melalui Bahasa

Menurut Hall (2003) bahasa menjadi alat paling efektif untuk mengkomunikasikan dan mengkonstruksi makna sebuah realitas. Artinya, pemakaian bahasa tertentu dapat merepresentasikan makna atau maksud eksplisit dan implisit dari komunikasi. Berpijak pada maksim ini maka kita dapat melacak penggunaan bahasa oleh komunikasi dalam pemberitaan yang dianalisis. Unit bahasa yang paling kecil adalah kalimat dan kata. Karena itu, analisis yang gamblang terhadap

pemakaian bahasa dalam pemberitaan terpilih dapat dibuat mengikuti arus pemikiran tersebut.

Pemakaian bahasa yang pendek, lugas, dan provokatif dalam gerakan #2019GantiPresiden mengekspresikan suatu pretensi tertentu untuk dimaknai secara sosial. Masyarakat yang mendengar, membaca, dan melihat “tanda” dari bahasa tersebut, secara kultural dan sosial akan mengidentifikasi dirinya sebagai bagian dari kelompok sosial yang ada. Dengan kata lain, ketika tajuk #2019GantiPresiden digaungkan, secara psikososial, masyarakat akan mengidentikkan

gerakan itu sebagai bagian dari “kami”. Dengan itu, lahirlah pemaknaan terhadap realitas Pilpres 2019 sebagai wahana untuk meloloskan kepentingan dan ideologi “ke-kitaan” sebagaimana dalam diskursus populisme, kemudian mengeksklusi kelompok luar.

Ketika Tempo.co membuat frame gerakan melalui penggunaan kata-kata seperti agitasi, propaganda, secara eksplisit merepresentasikan perangkat kognisi dan ideologi media terhadap gerakan. Hal itu secara terang terbaca dalam Berita II ketika Tempo.co membuat penilaian argumentatif atas fakta yang terjadi terkait bentuk dan motif gerakan. Pendirian kognitif Tempo.co dapat terlihat pada kalimat pertama pada Berita II. Berikut petikannya:

“Sepanjang dilakukan dengan damai, tanpa ujaran kebencian, apalagi propaganda mengganti dasar negara, sebenarnya tak ada yang istimewa pada deklarasi gerakan ganti Presiden 2019.”

Pada paragraf kelima Berita II, Tempo.co secara tegas menunjukkan sikapnya terhadap gerakan. Jadi, selain selain melihat peristiwa tersebut sebagai bentuk pendidikan dan kesehatan demokrasi, Tempo.co memberikan garis demarkasi yang tegas persoalan antara demokrasi substansial dan demokrasi prosedural. Karena itu, Tempo.co mengantisipasi dengan pendekatan bahasa moral agar kelompok yang menyatakan dirinya sebagai “rakyat kebanyakan” itu mematuhi tata normatif prosedur dan varian demokrasi kebangsaan. Dalam tulisannya Tempo.co bahkan memberikan rekomendasi agar motif-motif gerakan yang menyusupkan resiko laten, misalnya ingin mengganti dasar konstitusional negara, harus ditindak tegas secara hukum positif. Berikut kutipannya:

“Para penggiat gerakan ganti presiden sepatutnya mawas diri. Betapapun konstitusionalnya, dalam sejumlah aksi mereka, sempat terdengar ujaran kebencian dan propaganda mengganti dasar negara. Tak sulit menduga ada keterlibatan

Hizbut Tahrir Indonesia (HTI) dalam aksi ini.”

Selain itu, representasi ideologi pemberitaan Tempo.co dalam dilacak dengan kembali ke konsep dasar kajian analisis framing. Ikhtiar dasar framing menyatakan bahwa media pada dasarnya memiliki frame tertentu terhadap sebuah realitas. Karena itu, dalam proses pengerjaan berita, media cenderung memiliki konsepsi awal untuk mencari sumber berita dari tokoh-tokoh yang mengafirmasi frame-nya seperti terlihat dalam Berita I. Dengan menampilkan ketokohan pengamat dan penggagas gerakan, Tempo.co secara implisit merepresentasikan ideologinya. Karena itu, pernyataan dari kedua tokoh tersebut disodorkan secara antagonis untuk menunjukkan dua sisi penilaian terhadap satu peristiwa.

Posisi pengamat:

“Pengamat politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, Adi Prayitno, melihat pembuatan tagar #2019GantiPresiden sebagai bagian dari upaya agitasi dan propaganda untuk meruntuhkan kredibilitas pemerintah yang sedang berkuasa.”

Posisi penggagas:

“Gerakan #2019GantiPresiden akan memberikan data, analisa untuk menyodorkan calon lain yang lebih baik agar dipilih pada Pilpres 2019,” tuturnya, Rabu, 4 April 2018.

Dari pembahasan ini jelas untuk melihat frame dan ideologi Tempo.co. Dengan mengangkat “penilaian dua sisi”, Tempo.co sebenarnya ingin memberikan makna yang lebih komprehensif dan akomodatif agar publik dapat menilai secara berimbang dan berkeadilan. Hal itu sebenarnya sudah terlihat jelas pada hasil penelitian di mana pendefinisian masalah telah merujuk kepada dikotomi atau kontradiktoris

pemberitaan Tempo.co, yang di satu sisi melihat sebagai bentuk kampanye atau gerakan “negatif”, tetapi di sisi lain melihatnya sebagai bentuk pendidikan demokrasi.

Representasi Ideologi Populisme

Menurut Laclau (2005), Mudde (2004) dan Canovan (1999), populisme merupakan dialektika atau diskursus kontradiktoris antara dua konteks yang berbeda, yaitu terkait dengan kondisi momen-momen krisis struktural ekonomi dan krisis institusi politik dan diskursus yang menghubungkan setiap elemen dari gerakan sosial dan politik yang terlibat di dalamnya. Rakyat secara keseluruhan mengeluhkan perlawanan melawan penguasa. Mereka kemudian mengidentifikasi dirinya sebagai pengikut atau “atas nama rakyat”.

Dari dua pemberitaan ini, secara gamblang merepresentasikan ideologi populisme. Menurut Thompson (Rusadi, 2015), ideologi adalah sistem pemikiran, sistem keyakinan, dan simbol yang berhubungan dengan tindakan sosial dan praktik politik. Ideologi populisme ini terlihat dari posisi antagonis antara dua kekuatan homogen dalam pemberitaan, yaitu pemerintah dan oposisi. Dalam pandangan konstruktivis, peristiwa selalu berada pada posisi interaksi dan dialektika konflik antara dua kekuatan yang tidak seimbang, misalnya pemilik kekuasaan dan yang dikuasai. Hal itu tampak dari pernyataan berikut:

“... gerakan ini merupakan **antitesis** gerakan yang sudah bergulir, yaitu Dua Periode untuk Presiden Joko Widodo.”

Dalam konteks itu, pemerintah dilihat sebagai pemilik kekuasaan atau elite yang “korup” tidak bisa menyelesaikan problem bangsa, sedangkan pihak oposisi mengklaim dirinya sebagai pihak yang dapat memberikan pilihan alternatif pada tokoh tertentu atas permasalahan bangsa. Karena itu, kubu oposisi menggagas sebuah aksi #2019GantiPresiden untuk mengganti pemegang kekuasaan pada perhelatan demokrasi di Pilpres 2019. Pernyataan tersebut tampak dalam kalimat ini:

“Tagar tersebut, kata dia, juga bisa

dimaknai sebagai **bahasa oposisi pemerintah** yang menunjukkan sikap berbeda dengan penguasa saat ini sekaligus menggiring opini agar tidak memilih penguasa yang sama dalam pemilu presiden 2019.”

Melalui gerakan sosial, kubu oposisi mengidentifikasi diri sebagai bagian dari rakyat kebanyakan, atau “massa berbudi luhur”, yang mengeluhkan ketidakmampuan pemerintahan saat ini untuk memberikan jalan keluar dari lubang kemerosotan ekonomi dan utang luar negeri. Hal itu tampak dari ungkapan politikus PKS yang merupakan penggagas gerakan #2019GantiPresiden, Mardani Ali Sera, berikut (Berita I):

“Gerakan #2019GantiPresiden akan memberikan data, analisa untuk **menyodorkan calon lain** yang lebih baik agar dipilih pada Pilpres 2019.”

Tuntutan utama gerakan atas nama rakyat tersebut menggotong visi perubahan kekuasaan lama dan digantikan dengan pemerintahan yang baru yang lebih memperhatikan kebutuhan rakyat kebanyakan. Itulah gagasan dasar dari klaim populisme. Ketika Donald Trump menang pada Pilpres AS tahun 2016, itu adalah kemenangan populisme sayap kanan di negara itu. Trump menang karena mengeluhkan kehilangan dominasi AS dan membangkitkan kembali kedigdayaan AS atas dunia. Kemenangan itu, mengutip pernyataan Beattie (2019) “tidak berlebihan untuk dikatakan bahwa Trump menjalankan kampanye dan pemberontakannya melawan oposisi terkoordinasi dari setiap lembaga kuat di dunia Barat”. Bagi Beattie, satu-satunya faktor penentu yang menguntungkan Trump adalah kemampuannya untuk menarik jutaan warga AS yang “terlupakan” oleh elit konservatif, dan merasa sangat tidak dilayani oleh lembaga-lembaga itu. Slogan kunci yang dikampanyekan Trump adalah “We are the 99%” yang menggambarkan bahwa kemakmuran hanya dimiliki oleh kurang dari 1% elit dari keseluruhan penduduk AS. Padahal, Trump tidak pernah berniat untuk menjungkirbalikkan status quo pakta oligarki (Hadiz, 2017).

Dalam pemberitaan di atas, gagasan yang sama dibawa oleh kelompok oposisi. Hal itu tampak dalam pernyataan berikut:

“Dibanding Liga Inggris atau Piala Dunia 2018 sekalipun, kompetisi pilpres 2019 justru jauh lebih penting, lebih signifikan dan **ber-impact tinggi bagi rakyat Indonesia.**”

Pertarungan struktural antara dua kekuatan itu juga tampak dalam berita kedua. Polisi dan aparat Badan Intelijen Negara (BIN), yang merupakan representasi negara, berhadapan dengan pihak oposisi yang melakukan gerakan massal di sejumlah daerah/kota. Kubu oposisi merasa haknya dilecehkan oleh lembaga negara ketika kebebasan sipil warganya ditentang atau dikekang. Di tengah suhu panas menjelang Pilpres 2019, sikap tegas aparat yang membatasi zona ekspresi kemerdekaan berpendapat warganegara dapat dilihat sebagai manifestasi dukungan terhadap kelompok yang berkuasa. Artinya, ada tendensi untuk berkiblat pada kelompok dominan. Tempo.co menulis dengan sangat lugas sikapnya terhadap fenomena tersebut.

“BIN adalah lembaga telik sandi yang bertugas memasok informasi kepada aparat keamanan, bukan melakukan tindakan polisional. Kehadiran Kepala Badan Intelijen Daerah Riau di lokasi kejadian patut disayangkan. Alih-alih bersikap netral, polisi dan BIN kini **berpihak pada salah satu kandidat presiden.**”

Namun dalam konteks demokrasi Indonesia, varian gerakan sosial yang masif dan provokatif serupa #2019GantiPresiden belum dapat diterima secara konstitusional, karena tata hukum negara kita sudah mengatur agar pesan-pesan komunikasi sosial tidak melecehkan, mengumbar kebencian dan bersifat propaganda untuk meloloskan ideologi tersembunyi dari sekelompok golongan yang ingin mengendalikan kekuasaan. Pemahaman atas konsep demokrasi tersebut diungkapkan Tempo.co dengan tegas:

“Para penggiat gerakan ganti

presiden sepatutnya mawas diri. Betapapun konstitusionalnya, dalam sejumlah aksi mereka, sempat terdengar ujaran **kebencian** dan **propaganda** mengganti dasar negara. Tak sulit menduga ada keterlibatan Hizbut Tahrir Indonesia (HTI) dalam aksi ini. Hizbut Tahrir adalah organisasi yang ingin **syariat Islam menjadi ideologi negara** dan, karena itu, telah dilarang. Terhadap ujaran kebencian dan **propaganda melawan Pancasila, polisi hendaknya berlaku tegas.**”

Dari pembahasan ini tampak bahwa representasi populisme dalam pemberitaan Tempo.co, meskipun itu belum menjadi sebuah ideologi yang terarah, terlihat dari produksi kata, kalimat dan citra yang dipakai oleh kanal online Tempo Grup ini. Dengan menggunakan wacana populistik, Tempo.co telah menggambarkan bahwa gerakan tersebut merupakan representasi gerakan populisme di Indonesia sebelum memuncak pada presentasi populisme kandidat pada Pilpres 2019. Jadi, meskipun Tempo.co tidak menulis kata “populisme”, tetapi konstruksi makna dalam teks pemberitaan secara gamblang merepresentasikan konsep populisme.

Meski demikian, bentuk dan arah gerakan tersebut belum menemukan segmen yang jelas dalam percaturan politik tanah air, sehingga masih menimbulkan pro dan kontra di kalangan masyarakat. Konsep-konsep populistik pun belum diterjemahkan secara utuh di dalam representasi budaya demokrasi. Selain gerakan ini tidak digerakkan oleh aktor populis-karismatik, arah dan motivasi gerakan ini, meski cukup vokal, tidak memiliki motivasi politik yang konsisten.

Seperti halnya wacana populisme yang diusung Trump di AS yang mana kini telah gagal mempertahankan kekuasaan. Kesuksesan Trump memang didukung oleh mobilisasi massa yang masif di akar rumput pada tahun 2016, tetapi ideologi Trumpisme, untuk meminjam argumentasi Gerson (2019) “bukanlah populisme melainkan ‘bencana’ (*catastrophism*)”, atau dalam terminologi

Meny and Surel (2002) populisme menjadi “racun dan patologi demokrasi” AS. Sekarang kita bisa melihat bahwa realisasi ide-ide Trump tidak laku terjual lagi karena kegagalannya memperbaiki ekonomi dan dibenci rakyat AS sehingga kalah di Pilpres 2020.

Populisme Khas Indonesia

Sebagai bahan diskusi, peneliti melihat bahwa ada varian baru dalam populisme di Indonesia. Hal itu sesuai dengan preferensi politik yang terfragmentasi ke dalam babak-babak politik sejak Orde Lama, Orde Baru, Reformasi hingga pasca Reformasi (Rinakit, 2013). Pada era sekarang, kekuatan ideologi dan partai politik telah digantikan oleh performa figur. Kini figur-figur yang dicitrakan tegas oleh publik seperti Jokowi dan Prabowo, sebagai antitesis dari kepemimpinan sebelumnya memiliki kekuatan besar di akar rumput.

Temuan survei yang dilakukan atas kerja sama Universitas Gajah Mada dan University of Oslo pada awal 2014 (Paskarina, dkk., 2015) menegaskan bahwa demokrasi Indonesia mulai mengarah pada munculnya populisme meskipun ia tidak bersifat ideologis. Demokrasi yang semula dipenuhi oleh aktor dominan bergeser kepada tampilnya aktor-aktor alternatif.

Lembaga survei menemukan dua model populisme di Indonesia. Pertama, model populis-karismatik yang mengandalkan ketokohan karismatik melalui koneksi dengan partai yang mengasosiasikan diri sebagai “wakil rakyat”. Kedua, model patronase-populis yang dijalankan dengan meleburkan diri dengan rakyat dan memimpin kampanye wacana publik, khususnya isu-isu kesejahteraan. Isu-isu ini mencakup jaminan keamanan sosial, distribusi kesejahteraan, pemerataan pembangunan dan infrastruktur. Baik Jokowi maupun Prabowo sama-sama mengusung isu-isu tersebut meski dengan penekanan yang berbeda (Hara, 2018).

Menurut Mietzner (2015) populisme Jokowi agak unik karena ia tidak secara eksplisit menyerang kelompok elit yang dianggap korup, tetapi malah berupaya melakukan reformasi birokrasi. Mietzner menyebutnya populisme teknokratis. Sebaliknya, populisme Prabowo mewakili kelompok masyarakat yang tertindas seperti petani dan nelayan dengan program-program swasembada pangan energi dan air,

misalnya. Rakyat pendukung Prabowo diidentifikasi sebagai masyarakat yang terlindas oleh elit korup yang dicurigai bekerjasama dengan perusahaan asing untuk mengeruk kekayaan. Prabowo menampilkan dirinya sebagai Soekarno yang membawa suara rakyat tetapi pada saat yang sama muncul sebagai elit dengan semua fasilitas mewah yang dimilikinya.

Menurut Mietzner (2015) Prabowo menunjukkan gelagat populisme ultra-nasionalis dan konfrontatif yang ingin mengembalikan Indonesia pada kejayaan masa lalu dalam pandangan negara korporatis, sedangkan Jokowi menampilkan populisme pragmatisme nir-ideologis dan teknokratis dengan tetap merujuk pandangan nasionalisme kerakyatan, di mana politik populis dikombinasikan antara pengalaman teknokrasi dan komunikasi langsung ke akar rumput melalui blusukan.

Sementara, #2019GantiPresiden tidak dapat serta merta dikategorikan sebagai gerakan populisme, meski sarat ideologi populisme, karena ada polarisasi kepentingan dalam tubuh gerakan. Misalnya mereka mengatakan bahwa akan menyodorkan calon alternatif, tetapi kenyataannya tidak ada tokoh alternatif yang merepresentasikan ideologi gerakan, selain mereka menemukannya pada sosok Prabowo. Sebaliknya, Prabowo tidak merepresentasikan ideologi kelompok karena narasi politik Prabowo tidak searah dengan gerakan. Lagipula ada pesan-pesan laten yang tersusup di dalam gerakan, misalnya dugaan ingin menggantikan dasar negara. Narasi seperti itu sangat sensitif, meski dijadikan komoditas politik, karena tidak sesuai dengan konstitusi serta bertentangan dengan ideologi Prabowo yang nasionalis dan patriotik.

Dengan demikian, populisme di Indonesia tidak lagi diidentikkan seperti gerakan berbentuk propaganda, melainkan lebih merupakan proses demokratisasi kesejahteraan. Pola-pola kampanye provokatif, propagandis dan bahkan radikal tidak sesuai dengan budaya politik meski demokrasi sedang bertumbuh subur. Hal itu berbeda dengan demokrasi di negara Barat. Kemenangan Trump, misalnya, merupakan kemenangan populisme (McComiskey, 2017). Sebaliknya, kealahannya di Pilpres 2020 merupakan bukti kegagalan ideologis Trump dalam menumbuhkan

demokrasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan diskusi di atas, maka ada tiga kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini. Pertama, konstruksi pemberitaan Tempo.co tentang gerakan #2019GantiPresiden sangat berimbang karena menampilkan dua kekuatan yang sedang terlibat dalam tindakan sosial. Kedua, representasi ideologi populisme dalam pemberitaan Tempo.co terlihat dari bagaimana ia melakukan penonjolan konflik di antara dua kekuatan homogen, di mana kelompok penguasa dilihat sebagai elite yang tidak bisa menyelesaikan persoalan, berhadapan dengan kekuatan tandingan yang mewacanakan kehadiran tokoh alternatif yang dianggap dapat menjawab keluhan mereka. Selain itu, melalui ungkapan kalimat dan citra yang lugas, provokatif dan propaganda, Tempo.co menghadirkan narasi adanya ideologi populisme di balik gerakan tersebut.

Ketiga, Indonesia memiliki bentuk populisme yang khas, yang berbeda dari negara lain, terutama di AS, Eropa dan Amerika Latin. Iklim politik Indonesia belum akrab dengan bentuk-bentuk kampanye populisme terutama yang berbau radikal. Ujaran kebencian, kampanye negatif, dan propaganda masih begitu sensitif di telinga publik. Hal itu bertentangan dengan tatanan norma dan hukum serta kultur demokrasi di Indonesia. Karena itu, gerakan dan praktik politik populisme bergeser ke arah demokratisasi kesejahteraan, di mana aktor populis menawarkan isu-isu kesejahteraan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Revisi V). Jakarta: Rineka Cipta.
- Barr, R. R. (2009). "Populists, Outsiders and Anti-Establishment Politics." *Party Politics*, 15(1), 29–48.
- Beattie, D. J. (2019). "When Populism Fails." 8 Mei. <https://spectator.us/when-populism-fails/>
- Block, Elena and Negrine, R. (2017). "The Populist Communication Style: Toward a Critical Framework." *International Journal of Communication*, 11.
- Bryder, T. (2009). "Populism, A Threat or A Challenge for The Democratic System?" *Faculty of Social Science Department of Political Science, 10 ECTS*(University of Copenhagen).
- De Vreese, C. H., E. a. (2018). "Populism as an Expression of Political Communication Content and Style: A New Perspective." *The International Journal of Press/Politics* 1, 23(4), 423–438.
- Engesser, Sven, et.al. (2017). "Populism and Social Media: How Politicians Spread a Fragmented Ideology". *Information, Communication & Society*, 20(8), 1109–1126.
- Entman, R. N. (1993). "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm". *Journal of Communication, Autumn, Vol. 43*(No. 4).
- Eriyanto. (2012). *Analisis Framing. Konstruksi, Ideologi dan Politik Media Cetakan IV*. Yogyakarta: LKiS Printing Cemerlang.
- Filc, D. (2010). *The Political Right in Israel: Different Faces of Jewish Populism*. London: Routledge Handbook of Global Populism.
- Gerson, M. (2019). "Trump's Ideology isn't Populism. It's Catastrophism." 26 Februari 2019. <https://www.washingtonpost.com/opinions/>
- Gidron, Noam & Bonikowski, B. (2013). "Varieties of Populism: Literature Review and Research Agenda." *Weatherhead Working Paper Series, No. 13-000*, 0–38.
- Giles, J. & T. M. (1999). *Studying Culture: A Practical Introduction*. Oxford: Blackwell Publisher.
- Hadiz, V. R. (2017). "Populisme Baru dan Masa Depan Demokrasi Indonesia." *Jurnal Prisma*, 36(1).
- Hall, Stuart. (1997). The Work of Representation. In Stuart Hall (Ed.), *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*. London: Sage Publications.

- Hall, Stuart. (1995). The rediscovery of 'ideology': return of repressed in media studies. In Oliver Boyd-Barret & Chris Newbold (Ed.), *Approach to Media: A Reader*. New York: Foundation in Media.
- Hall, Stuart. (2003). "The Work of Representation" in *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*. London: Sage Publication.
- Hara, A. E. (2018). *Populism in Indonesia and its Threats to Democracy*. August. <https://doi.org/10.2991/icsps-17.2018.23>
- Haryanto. (2005). *Kekuasaan Elit*. Yogyakarta: Program Pascasarjana (S2) PLOD Universitas Gajah Mada.
- Huntington, S. P. (1995). *Gelombang Demokratisasi Ketiga*. Jakarta: Penerbit PT Pustaka Utama Grafiti.
- Jagers, Jan and Walgrave, S. (2005). "Populism as Political Communication Style. An Empirical Study of Political Parties' Discourse in Belgium". *European Journal of Political Science*, 46(3), 319-345.
- Jokomono, M. (2013). Penonjolan Isu Wartawan Jepara dan Non-Jepara pada Teks-Teks Feature Preview Persijap dalam Indonesia Super League Musim Kompetisi 2009-2010 di Suara Muria, Edisi Komunitas Suara Merdeka. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 78-85.
- Kurniawan, Budi. (Juni 2018). "Politisasi Agama di Tahun Politik: Politik Pasca-Kebenaran di Indonesia dan Ancaman bagi Demokrasi. *Jurnal Sosiologi Agama*, 12(1).
- Laclau, E. (2005a). *On Populist Reason*. London: Verso.
- Laclau, E. (2005b). *On Populist Reason*. London: Verso.
- Margaret Canovan. (1999). *Trust the People! Populism and the Two Faces of Democracy*. Oxford: Blackwell Publisher.
- Margiansyah, D. (2019). "Populisme di Indonesia Kontemporer: Transformasi Persaingan Populisme dan Konsekuensinya dalam Dinamika Kontestasi Politik Menjelang Pemilu 2019". *Jurnal Penelitian Politik*, 16(1).
- McComiskey, B. (2017). *"Post-Truth" Rhetoric and Composition*. Colorado: Utah State University Press.
- Meny, Y., Surel, Y. (2002). *Democracies and the Populist Challenge*. London: Palgrave Macmillan UK.
- Mietzner, M. (2015). "Reinventing Asian Populism: Jokowi's Rise, Democracy, and Political Contestation in Indonesia." In *Policy Studies* (76).
- Mizuno, K and Phongpachit. P. (ed.). (2009). *Populism in Asia*. Singapore: Nus Press Pte Ltd.
- Morelock, J. (2018). Introduction: The Frankfurt School and Authoritarian Populism. A Historical Outline. In J. Morelock (Ed.), *Critical Theory and Authoritarian Populism*. London: University of Westminster Press.
- Mudde, C. (2007). *Populist Radical Right Parties in Europe*. Cambridge University Press.
- Mudde, C. and C. R. K. (2012). *Populism in Europe and the Americas*. New York: Cambridge University Press.
- Muhtadi, B. (2013). *Populisme: Madu atau Racun Bagi Demokrasi?*. 12 Maret. <https://www.kaskus.co.id/thread/513e65cf8027cff228000005/populisme-madu-atau-racun-bagi-demokrasi-burhanuddin-muhtadi/>.
- Neuman, W. L. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif* (11th ed.). Jakarta: PT Indeks.
- Panizza, F. (2005). *Populism and the Mirror of Democracy* (F. Panizza (ed.)). London: Verso.
- Paskarina, Carolina, D. et.al (2015). *Berebut Kontrol atas Kesejahteraan. Kasus-Kasus Politisasi Demokrasi di Tingkat Lokal*. Yogyakarta: Penerbit PolGov & PCD Press.
- Pauwels, T. (2011). "Measuring Populism: A

- Quantitative Text Analysis of Party Literature in Belgium.” *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 21(1), 97–119.
- Pratama, S. A. (2018). “Analisis Framing Pemberitaan #2019GantiPresiden di VOA-Islam Periode 27 Maret-27 April 2018.” Tesis. Malang: Universitas Brawijaya Malang.
- Putra, Fadillah, D. (2006). *Gerakan Sosial*. Malang: Averrors Press.
- Putra, Hendri Pitrio dan Triyono, S. (2018). “Critical Discourse Analysis on Kompas.com News: Gerakan #2019GantiPresiden.” *Jurnal Bahasa dan Sastra Leksema*, 3(2).
- Rinakit, S. (2013). Melek Politik: Negara juga Pendidik”. *Seri Diskusi KPK Bertema Sistem Politik Berintegritas*.
- Ritonga, A. D. & Adela, F. P. (2020). “Mencermati Populisme Prabowo sebagai Bentuk Gaya Diskursif Saat Kampanye Politik pada Pemilihan Presiden 2019.” *POLITEIA: Jurnal Ilmu Politik*, 12(1), 1–13.
- Rusadi, U. (2015). *Kajian Media. Isu Ideologis dalam Perspektif, Teori dan Metode*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sobur, A. (2012). *Analisis Teks Media. Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharman, I. T. (2019). “Representasi Makna Tagar #2019GantiPresiden dalam Kampanye Pemilu 2019 di Media Sosial Twitter.” Makalah. Jakarta: Universitas Mercu Buana.
- Sujoko, A. (2019). “Komunikasi Politik Gerakan #2019GantiPresiden”. *Jurnal Komunikasi Islam*, 9(1), 36–57.
- Tabroni, R. (2012). *Komunikasi Politik Pada Era Multimedia*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Waisbord, S. (2018). Why Populism is Troubling for Democratic Communication. In *Communication Culture & Critique*. Oxford University Press.
- Wibowo. (2013). *Perilaku dalam Organisasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.