

MELACAK RELASI HOAX DAN KEKUASAAN DI INDONESIA : STUDI KASUS PILKADA DKI TAHUN 2017

Anwar Ilmar¹

Samsul Ode²

Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta.

anwar.ilmar@gmail.com

ABSTRACT

This study discusses post-truth politics in Indonesia by raising the case of hoaxes in the Election of Regional Head and Deputy Regional Head of DKI Jakarta in 2017. The study is motivated by a decline in the performance of democracy in Indonesia due to poor electoral and pluralism processes in Indonesia, based on data released by the Economist Intelligence Unit in 2017. In this case, the 2017 DKI Jakarta Election was considered to have contributed to the negative trend, mainly because its electoral process was filled with discourse hoaxes, or hoaxes related to politics and ERRI (ethnicity, religion, race and intergroup) Therefore, the aim of this study is to find out the root causes of the hoax phenomenon, and to examine its influence on the political configuration formed in the DKI Jakarta Regional Head Election in 2017. This study uses a hegemonic approach with discourse analysis that will dismantle the reality behind the hoax phenomenon in the 2017 DKI Jakarta Election. This study found that the elite's role is crucial as the cause of the rise of hoaxes in the 2017 DKI Jakarta Election. This research also found the existence of antagonism and political frontier between the pro and anti against Basuki Tjahaya Purnama or Ahok, one of the contestants of the Pilkada, due to massive hoax discourse related to politics and SARA thus forming a chain of equivalence diametric. This study concludes that the influence of elite hegemony is very strong against the emergence of post-truth politics in Indonesia.

Keywords: *Hegemony, Hoax, Post-truth Politics*

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang post-truth politics di Indonesia dengan mengangkat kasus fenomena hoax pada Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (Pilkada) DKI Jakarta tahun 2017. Studi ini dilatarbelakangi oleh menurunnya kinerja demokrasi di Indonesia akibat buruknya proses elektoral dan pluralisme di Indonesia, berdasarkan data yang dirilis oleh Economist Intelligence Unit tahun 2017. Dalam kasus ini, Pilkada DKI Jakarta tahun 2017 dinilai turut menyumbang tren negatif tersebut, terutama karena proses elektoralnya dipenuhi dengan wacana hoax atau berita bohong terkait politik dan SARA (suku, agama, ras, dan antargolongan). Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui akar penyebab maraknya fenomena hoax, serta menelisik pengaruhnya terhadap konfigurasi politik yang terbentuk pada Pilkada DKI Jakarta tahun 2017. Penelitian ini menggunakan pendekatan hegemoni dengan analisis diskursus yang akan membongkar realitas dibalik fenomena hoax pada Pilkada DKI Jakarta tahun 2017. Penelitian ini menemukan bahwa peran elit sangat krusial sebagai penyebab maraknya hoax pada Pilkada DKI Jakarta tahun 2017. Penelitian ini juga menemukan adanya antagonisme dan garis batas politik (political frontier) antara yang pro dan anti terhadap Basuki Tjahaya Purnama atau Ahok, salah satu kontestan Pilkada, akibat masifnya pewacanaan hoax terkait politik dan SARA sehingga membentuk rantai kesamaan (chain of equivalence) yang bersifat diametral. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengaruh hegemoni elit sangat kuat terhadap munculnya post-truth politics di Indonesia.

Kata kunci: *Hegemoni, Hoax, Post-truth Politics*

A. PENDAHULUAN

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kinerja demokrasi di Indonesia yang sedang mengalami penurunan. Berdasarkan data *Economist Intelligence Unit* (EIU) yang merilis peringkat Indeks Demokrasi tahun 2017, Indonesia menempati posisi ke-68, turun 20 (dua puluh) peringkat dari posisi sebelumnya. Penurunan tersebut dipengaruhi oleh buruknya proses elektoral dan pluralisme di Indonesia, salah satunya dipicu oleh maraknya *hoax* atau berita bohong pada Pilkada DKI Jakarta tahun 2017 (EIU, 2017).

Pilkada DKI Jakarta tahun 2017 juga telah menciptakan segregasi sosial sebagai derivasi dari konfigurasi politik yang bersifat diametral dan intimidatif. Menurut Denny JA (2017), Kemenangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno (Anies-Sandi) pada Pilkada tersebut disebabkan oleh berhasilnya kubu Anies-Sandi menjadi *melting pot*, tempat berkumpulnya segmen anti Ahok, sapaan calon Gubernur Basuki Tjahaja Purnama yang berpasangan dengan Djarot Saiful Hidayat. Munculnya sentimen anti-Ahok tidak terlepas dari wacana tolak pemimpin kafir dan kasus penistaan agama yang menjeratnya. Wacana inilah yang kemudian terus digulirkan melalui berbagai serangkaian gerakan, baik melalui aksi turun ke jalan, maupun pemberitaan masif di berbagai media yang kerap dikemas dengan *hoax*.

Berdasarkan data Masyarakat Telematika Indonesia (2017), *hoax* dengan muatan isu politik dan SARA (Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan) merupakan dua jenis *hoax* terbesar pada tahun 2017, masing-masing mencapai angka 91,80% dan 88,60%. Bahkan, keduanya menyatu dalam arena Pilkada DKI Jakarta 2017 yang berlangsung selama dua putaran, dan mengisi diskursus Pilkada dengan berbagai klaim politik identitas. Akibatnya masyarakat pemilih terbelah menjadi dua kubu pendukung berdasarkan isu-isu identitas pada Pilkada DKI 2017 putaran kedua. Kubu Anies-Sandi membangun sentimen ras dan agama untuk meraih dukungan pemilih. Sedangkan kubu Ahok-Djarot memainkan isu kebhinnekaan sebagai tameng dan serangan balik terhadap lawan politiknya (Wally, 2018).

Belakangan, mulai muncul studi yang mengaitkan kondisi tersebut dengan istilah *post-truth politics* yang dibuat untuk menandai suatu kondisi di mana

terdapat semakin banyak politisi yang dalam upayanya meyakinkan publik tidak jujur dalam berargumentasi (Noor, 2017). Sebab, politisi di era *post-truth* dianggap lebih berfokus pada upaya membangun citra, dengan cara-cara yang berlebihan dan membius kesadaran publik, ketimbang dengan argumentasi yang empiris dan obyektif. Maraknya fenomena *hoax* di era *post-truth politics* inilah yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini dengan melacak faktor-faktor penyebab maraknya *hoax* dan pengaruhnya terhadap konfigurasi politik pada Pilkada DKI Jakarta tahun 2017.

B. KAJIAN LITERATUR

Studi tentang fenomena *hoax* dan *post-truth politics* mulai menanjak sejak tahun 2016 ketika lanskap politik global diguncang oleh kasus ‘Brexit’ di Inggris dan terpilihnya Trump pada pemilihan Presiden Amerika Serikat. Beberapa ilmuwan dan jurnalis mengatakan bahwa perbincangan mengenai demokrasi selanjutnya telah memasuki fase baru di era *post-truth politics* (Davies, 2016; Bates, 2016; Suiter, 2016; Lockie, 2016; Hopkin & Rosamond, 2017; Rose, 2017). Saat itu, *the Oxford Dictionary* bahkan menobatkan kata “*post-truth*” sebagai *word of the year* tahun 2016 (McIntyre, 2018).

Perkembangan studi tentang *hoax* dan *post-truth politics* kemudian lebih berat berfokus pada kasus Amerika dan Eropa, namun masih dirasakan kurang mengeksplorasi kawasan Asia Pasifik. Meskipun ada beberapa kasus yang dapat dijadikan sebagai perbandingan analisis. Beberapa ilmuwan melihat *hoax* dan *post-truth politics* di beberapa negara Asia, seperti di Turki pada kasus kudeta terhadap Erdogan (Tas, 2018), di India pada kasus terpilihnya Perdana Menteri Narendra Modi (Goswami, 2017), dan di Filipina pada kasus terpilihnya Presiden Rodrigo Duterte (Yee, 2017; Tapsell, 2017).

Di Indonesia, studi tentang *hoax* dan *post-truth politics* juga berkembang mengikuti tren global. Misalnya, Studi Na'im (2018) melihat *hoax* sebagai konstruksi sosial untuk kepentingan politik praktis pada kasus Pilkada DKI Jakarta 2017. Dengan menggunakan teori *framing*, Na'im menyimpulkan bahwa *hoax* adalah fenomena politik yang masuk ke dalam jaringan media untuk mengonstruksi

masyarakat sesuai dengan kepentingan dibaliknya. *Hoax* hanyalah sebagai alat kampanye hitam (*black campaign*) untuk menjatuhkan lawan politik. Salam (2018) dengan pendekatan *post-structural* juga melihat *hoax* pada Pilkada DKI Jakarta tahun 2017 digunakan alat untuk merebut kekuasaan. Penyebaran *hoax* yang masif menurut Salam adalah sebuah fenomena masyarakat *post-modern*. Studi lain dari Ulya (2018) berusaha melihat relasi antara *post-truth*, *hoax*, dan religiusitas di media sosial. Ulya melihat bahwa *post-truth* sebagai kerangka berpikir masyarakat *post-modern* dan *hoax* menjadi sarannya yang disebar di media sosial. Dalam konteks ini, segala bentuk informasi yang terpapar *hoax*, termasuk persoalan keagamaan banyak ditemukan di media sosial.

Namun demikian, pendekatan yang digunakan dalam beberapa studi di atas lebih berfokus pada *hoax* sebagai alat kampanye, peran media dalam pembentukan wacana *hoax* dan melihat konteks *post-truth* secara ahistoris. Sejauh ini belum ada studi yang mengkaji fenomena *hoax* sebagai diskursus yang inheren dalam sejarah politik Indonesia. *Hoax* terkait politik identitas bukanlah sesuatu yang baru muncul pada Pilkada DKI Jakarta 2017. Eksistensinya sudah muncul sejak sebelum era reformasi melalui kekuatan rezim. Misalnya, wacana anti komunis yang masih eksis hingga saat ini, dimunculkan bukan hanya karena trauma akan peristiwa Gerakan 1 Oktober 1965. Tetapi, demi melanggengkan kekuasaan otoriter yang dipropagandakan secara masif dan intens di masa orde baru melalui sastra dan film (Herlambang, 2013), maupun melalui kekuatan represif negara (Bevins, 2017). Demikian juga dengan wacana anti-China, telah muncul sejak krisis ekonomi tahun 1965 dan juga 1998, di mana selalu mengaitkan faktor penyebabnya pada masalah kultural dengan mengalamatkan etnis Tionghoa sebagai biang keladinya (Sangaji, 2017). Dalam konteks ini, *hoax* dibungkus dan diperkuat melalui apa yang disebut oleh Althusser (2015) sebagai ideologi dan aparatus ideologi negara.

Pada masa reformasi, demokratisasi menggeser pendulum politik dari *state-centered* ke arah penguatan masyarakat sipil. Begitu juga dengan eksistensi *hoax* yang sebelumnya terselubung di dalam ideologi dan aparatus ideologi negara, kini dapat muncul dan berkembang sebagai bentuk artikulasi sosial (Farkas & Schou,

2018). Pilkada DKI Jakarta tahun 2012 menjadi pratanda awal menguatnya *hoax* yang diwacanakan oleh kekuatan sipil, di mana Ahok yang kala itu menjadi calon Wakil Gubernur mendampingi calon Gubernur Joko Widodo atau Jokowi diserang pemberitaan negatif yang berbau SARA (anti-China) melalui platform media sosial *youtube* (merdeka.com, 2012). Pada pemilihan Presiden tahun 2014, giliran Jokowi yang mendapat serangan *hoax* sebagaimana terungkap dalam kasus tabloid Obor Rakyat yang mengaitkan Jokowi dengan kebangkitan PKI dan antek China (merdeka.com, 2016). Kemudian, Pilkada DKI Jakarta tahun 2017 menjadi momentum bangkitnya *hoax* terkait politik identitas yang direproduksi kembali oleh gerakan sosial tertentu (Salam, 2018).

Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan studi di atas. Pada dasarnya, studi ini memiliki perbedaan pandangan dengan penelitian terdahulu bahwa *hoax* adalah sebuah konstruksi sosial di era *post-truth*. Penelitian ini hendak melihat *hoax* sebagai medan hegemoni di mana terjadi pertarungan kuasa melalui perebutan atas makna dalam kontestasi Pilkada. Studi ini berusaha untuk membongkar relasi kuasa dibalik fenomena *hoax* dengan melacak faktor-faktor penyebab maraknya *hoax* pada Pilkada DKI Jakarta tahun 2017 sebagai pratanda era *post-truth politics*, serta menelisik pengaruhnya terhadap konfigurasi politik yang terbentuk pada masa pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur di ibukota Republik Indonesia itu.

a. Hoax, Post-truth, dan Hegemoni

Sebagai sebuah istilah, *hoax* pertama kali diperkenalkan oleh MacDougall dalam bukunya *Hoaxes* (1958). Ia mengartikan *hoax* sebagai ketidakbenaran yang disengaja untuk menutupi kebenaran (MacDougall dalam Utami, 2018). *Hoax* sudah sejak lama eksis dalam berbagai ruang lingkup seperti akademis, sains, agama, humor, dan sebagainya. Dalam bukunya Walsh, *Sins Against Science*, dikatakan bahwa *hoax* sudah muncul sejak masa revolusi industri (Na'im, 2018).

Saat ini, *hoax* kembali populer terutama karena penyebarannya yang masif pada *event* elektoral seperti Pemilu dan Pilkada sebagai alat untuk menjatuhkan lawan politik atau kampanye hitam (*black campaign*). Penyebaran *hoax* pada

Pemilu/Pilkada dapat dilakukan oleh partai politik atau gabungan partai politik, pasangan calon dan/atau tim kampanye, relawan, dan/atau pihak lain melalui media tertentu dengan tujuan memengaruhi pemilih, dan/atau mendiskreditkan lawan politik.

Fenomena *hoax* dewasa ini juga dianggap sebagai penanda penting era yang disebut dengan *post-truth*. *Oxford Dictionaries* dalam Davies (2016) mengartikan *post-truth* sebagai keadaan di mana fakta objektif kurang berpengaruh dalam membentuk opini dibandingkan daya tarik emosi dan keyakinan pribadi. Sedangkan menurut Madung (2017), *post-truth politics* diartikan sebagai budaya politik di mana hampir seluruh opini publik dan narasi politik di media telah terputus dari kebijakan publik, dan fakta-fakta yang nyata.

Para sarjana menjelaskan faktor penyebab berkembangnya *post-truth politics* secara beragam. Antara lain munculnya media sosial yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, dan video informasi baik dengan orang lain maupun korporasi (Kotler dan Keller dalam Rahadi, 2017). Menurut McIntyre (2018), Munculnya media sosial sebagai sumber berita telah mengaburkan garis lebih jauh antara berita dan opini, yang seolah-olah semuanya benar. Menurut Irwansyah (2017), akar persoalan *post-truth* bukan hanya disebabkan oleh munculnya media sosial. Korporasi dan kapitalis media dianggap turut bertanggung jawab atas fenomena *post-truth politics*. Dalam konteks ini, media massa telah menjadi institusi kapitalis yang berorientasi pada laba dan akumulasi modal. Mereka dianggap menikmati profit ekonomi yang besar dari persebaran *hoax* melalui *platform* yang mereka perdagangkan. Beberapa sarjana juga mengaitkan kehadiran *post-truth* dengan perkembangan masyarakat *post-modern*. Dalam dunia *post-modern*, kebenaran tidak bisa lagi diukur berdasarkan pendapat pakar atau kelompok tertentu. Kebenaran adalah sesuatu yang bersifat relatif dan subyektif (Setiawan, 2017). Kemudian, masalah kegagalan institusi atau organisasi politik dalam meyakinkan publik tentang permasalahan-permasalahan tertentu yang tengah menjadi isu-isu besar dalam masyarakat, juga turut menjadi faktor penyebab munculnya *post-truth*. Dan para kaum populis mengisi kurangnya

kepercayaan publik dengan menuduh analisis kompleks dan mendalam yang dilakukan para pakar sebagai sihir yang ditujukan untuk membuat rakyat bingung (Cho, 2017).

Hoax juga dapat dipahami sebagai pola, meminjam kerangka pemikiran Gramsci, sebetulnya dominasi aktor atas yang lainnya (Na'im, 2018). Dalam konteks ini, *hoax* dapat dilihat sebagai medan hegemoni, yakni sebagai tempat pertempuran untuk memperebutkan kekuasaan. Meski demikian, hegemoni dalam perspektif Gramsci bukanlah dominasi yang hanya bertumpu pada kekuatan fisik, melainkan dengan mengorganisir konsensus atau persetujuan dari pihak yang dikuasai atau ter subordinasi (Hutagalung, 2004). Teori ini sangat lekat dengan tradisi pemikiran marxisme yang dikembangkan oleh para teoritis seperti Plekhanov, Lenin, hingga Gramsci sendiri yang berpijak pada teori kelas. Namun pemikiran paling mutakhir mengenai hegemoni kini dikembangkan oleh teoritis post-marxisme Ernesto Laclau dan Chantal Mouffe dengan menggabungkan tradisi marxisme dan strukturalisme serta menggeser pijakan teori kelas ke teori diskursus (Jorgensen & Phillips, 2002).

Dalam konteks ini, Laclau dan Mouffe (2008) mendefinisikan diskursus sebagai totalitas terstruktur yang dihasilkan dari praktik artikulasi. Bagi Laclau dan Mouffe, hegemoni merupakan praktik artikulasi yang membangun *nodal points* (titik temu dari sebuah rangkaian) yang secara parsial memperbaiki makna dari yang sosial dalam sistem *difference* yang terorganisasi (Hutagalung, 2004). Artinya, proses diskursus menjadi hegemoni terjadi ketika berlangsung di dalam praktik artikulasi dengan memodifikasi penanda-penanda mengambang (*floating signifiers*) agar mengendap menjadi *nodal points*. Penanda-penanda mengambang adalah makna-makna yang diperjuangkan oleh wacana-wacana yang berbeda guna menginvestasi makna dengan caranya sendiri (Ardiyanto, 2015).

Agar *nodal points* tersebut menjadi jelas dan tegas, maka intervensi hegemoni dilakukan agar praktik artikulasi dilakukan secara terus-menerus untuk menetapkan (*fixed*) makna tunggal dan mengosongkan makna lainnya agar terjalin suatu rantai kesamaan (*chain of equivalence*). Dan supaya makna-makna yang

disusun tidak terjebak dalam rantai perbedaan (*chain of difference*), maka intervensi hegemoni harus mencapai situasi antagonisme yang memungkinkan terbentuknya batas politik (*political frontier*). Batas politik inilah yang kemudian memisahkan antara ‘kita’ dan ‘mereka’ secara diametral, atau antara yang menghegemoni dengan yang sedang merebut hegemoni (Hutagalung, 2004; Ardiyanto, 2015).

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik analisis diskursus. Analisis diskursus tidak memberi jawaban konkret atas permasalahan penelitian, namun berbentuk uraian rinci yang membongkar sejumlah asumsi ontologis dan epistemologis dibalik sebuah proyek, pernyataan, atau wacana (Puskapol, 2014). Setiap diskursus adalah konstruksi sosial dan politik, dimana posisi subyek dari pelaku menunjukkan dan memberikan makna terhadap obyek dan praktik. Karenanya, diskursus dan makna adalah bersifat tidak tetap, historis dan tidak pernah lengkap. Dalam konteks ini, teori diskursus mencari bagaimana praktik-praktik sosial mengartikulasikan dan mempertentangkan diskursus yang membentuk realitas sosial (Damanik, 2012).

D. PEMBAHASAN

Pilkada DKI Jakarta tahun 2017 merupakan *event* elektoral yang paling menyita perhatian publik, tidak hanya di Jakarta saja, tetapi juga di tingkat nasional dan internasional. Banyak kalangan mengatakan bahwa ini Pilkada paling brutal sepanjang sejarah. Keadaan tersebut bermula ketika Ahok sebagai petahana bersiap maju kembali dalam kontestasi Pilkada untuk mempertahankan posisinya sebagai Gubernur pasca Jokowi menjadi Presiden RI. Sejak kemunculannya di pentas Pilkada DKI Jakarta 2012, profil Ahok memang sudah menuai polemik karena identitas minoritasnya sebagai seorang Kristen dan etnis Tionghoa. Aspek sosiologis seperti isu SARA memang masih menjadi preferensi politik yang signifikan mempengaruhi perilaku pemilih di Indonesia (Muhtadi, 2019).

Karenanya, *hoax* pun sudah eksis sejak itu sebagai alat kampanye hitam (*black campaign*) untuk mendiskreditkan lawan politik. Hal ini berdasarkan temuan sejumlah lembaga pemantau dan laporan dari tim sukses pasangan calon

(kompas.com, 2012). Hanya saja, isu itu kurang berpengaruh karena faktor popularitas Jokowi dan evaluasi publik terhadap calon petahana Fauzi Bowo yang dinilai gagal membangun Jakarta (voaindonesia.com, 2012).

Pasca terpilihnya Jokowi-Ahok, Sejumlah media memberitakan Ahok akan melakukan agenda kristenisasi (voa-islam, 2017). Ketika Jokowi terpilih sebagai Presiden RI, kursi Gubernur yang secara otomatis diduduki Ahok, langsung digoyang oleh berbagai kelompok, salah satunya Front Pembela Islam (FPI). Mereka menolak Ahok karena non-Muslim, dan mewacanakan tolak pemimpin kafir (dw.com, 2014). Di samping itu, Ahok pun dituding akan mengusir pribumi dan memfasilitasi pemodal China di Jakarta (nakimungkar.net, 2014).

Pilkada DKI Jakarta 2017 akhirnya menjadi momentum maraknya *hoax* dengan isu SARA. Meskipun Ahok telah melakukan klarifikasi atas berbagai kabar *hoax* yang beredar mengenai dirinya, namun hal itu tampak kurang berpengaruh. Bahkan ketika Ahok melakukan klarifikasi atas wacana tolak pemimpin kafir di Kepulauan Seribu tanggal 27 September 2016 yang mengutip Al-Quran Surat Al-Maidah ayat 51, pernyataannya tersebut justru dinilai sebagai bentuk penistaan agama, dan menjadi katalisator meningkatnya eskalasi *hoax*.

Di internet dan media sosial, Masyarakat Telematika Indonesia (2017) memotret *hoax* terkait isu SARA dan Pilkada menempati peringkat pertama dan kedua, termasuk dalam hal ini *hoax* pada Pilkada DKI Jakarta 2017. Situs turnbackhoax.id hampir setiap hari melalui *debunking* berita di internet dan media sosial yang terindikasi *hoax* pada pilkada. *Hoax* terkait isu SARA juga terindikasi kuat disebar melalui metode *door to door campaign*. Panitia Pengawas Pemilu (Panwaslu) menemukan dua truk berisikan brosur yang akan digunakan sebagai alat *black campaign* (liputan6.com, 2017). Wacana *hoax* ini juga dimobilisasi melalui jaringan masjid. Panwaslu juga menemukan adanya kampanye yang dilakukan di masjid. Beberapa penceramah juga terindikasi menyebarkan ceramah dengan konten kampanye yang menguntungkan salah satu pihak dan menjatuhkan pihak lain, khususnya Ahok (bbc.com, 2017).

Hoax pada Pilkada DKI Jakarta 2017 memiliki pengaruh efektif sebagai alat *black campaign* untuk menjatuhkan popularitas dan elektabilitas Ahok. Ada anomali politik elektoral di mana tingkat rata-rata kepuasan publik terhadap Ahok mencapai 73,4%, namun berbanding terbalik dengan elektabilitas Ahok sebelum terjadinya kasus penistaan agama di Juni 2016 sebesar 49,4%, menjadi 41,5% di hari pemilihan (Muhtadi, 2019). Meski demikian, anjloknya elektabilitas Ahok bukan hanya dipengaruhi oleh *hoax* terkait SARA sebagai alat *black campaign*. Akan tetapi juga sangat kuat dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu yang mendorong terkonsolidasinya wacana *hoax* di era *post-truth politics* dan *hoax* sebagai medan hegemoni yang mempengaruhi konfigurasi politik pada Pilkada DKI 2017.

a. Faktor-Faktor Penyebab Maraknya *Hoax*

Kemunculan fenomena *hoax* memiliki korelasi yang positif dengan kehadiran era *post-truth politics* yang disebabkan oleh beberapa faktor. Antara lain:

1. Kemunculan media sosial

Sejak kemunculannya, media sosial dinilai sebagai wadah informasi yang begitu masif tanpa batasan ruang dan waktu. Media sosial kemudian menjadi sebuah sarana baru untuk menyebarkan berita-berita bohong. Media sosial menjadi sasaran yang paling efektif, mengingat bahwa media sosial telah menjadi tren baru masyarakat dalam berkomunikasi. Peneliti Nukman Lutfie menyebutkan temuannya bawa rata-rata orang Indonesia menghabiskan waktu 3 jam 16 menit. Angka itu termasuk besar untuk populasi Indonesia yang kurang dari setengahnya belum terpapar internet. Hal ini bisa dijadikan landasan untuk menjelaskan relasi antara kemunculan media sosial, perubahan cara berkomunikasi dan kemunculan fenomena *hoax*.

Dalam konteks Pilkada DKI, media sosial telah menjadi alat untuk mengkampanyekan maupun menjatuhkan pasangan calon tertentu. Penelitian yang dilakukan oleh Christiany Juditha dari Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian Komunikasi dan Informatika misalnya, mengungkapkan bahwa media sosial telah menjadi ruang penyebaran ujaran

kebencian selama pilkada DKI Jakarta tahun 2017. Ujaran-ujaran kebencian dan penyebaran berita bohong di ruang media sosial telah membelah masyarakat dan tersegmentasi dalam beberapa kubu pendukung calon pasangan gubernur dan wakil gubernur tertentu. Menyadari bahwa media sosial merupakan salah satu alat yang efektif untuk merebut kemenangan, masing-masing pasangan calon kemudian membentuk tim media sosial dalam rangka untuk menciptakan citra yang baik. Tim pasangan Ahok-Djarot memiliki tim media sosial yang bernama Jasmev2017, Tim Pasangan Anies-Sandi memiliki tim media sosial yang bernama @majubersama sedangkan pasangan agus-silvy memiliki tim sosial media yang bernama KaribAgus. Dalam proses tersebut, terjadi interaksi virtual yang begitu dinamis dan kreatif secara positif dengan memberikan konten-konten positif maupun konten-konten yang negatif dalam bentuk *hoax*. *Hoax* yang disebarkan dalam bentuk penyebaran unggahan status di media sosial, meme, *screenshot* artikel yang dimodifikasi, dan penggalan-penggalan video dalam rangka untuk memenangkan makna atas wacana.

2. Kapitalisme Media

Kemunculan dan fenomena *hoax* berhubungan dengan munculnya media-media kapitalis yang berorientasi pada indikator *rating share* dan profit yang tercipta dari arus pertukaran dan umpan balik *hoax*. Ini menjadi salah satu bentuk ekspansi dari media untuk mengendalikan masyarakat melalui sarana-sarana kecanggihan jaringan teknologi informasi seperti internet salah satunya atau yang dikenal dengan media online.

3. Perkembangan masyarakat post modern

Relasi fenomena *hoax* dapat dihubungkan dengan realitas yang terjadi dalam kehidupan masyarakat post modern. Kehidupan masyarakat post modern penuh dengan dinamika-dinamika yang terjadi. Dinamika-dinamika ini menyiratkan bahwa kehidupan sosial masyarakat tidak stagnan dari waktu ke waktu. Kehidupan masyarakat post modern penuh dengan ketidakstabilan makna dan tanda. Kesempatan-kesempatan dan peluang inilah yang kemudian dimanfaatkan untuk menyuburkan serta mengembangkan *hoax* di tengah

masyarakat. Arus informasi yang begitu masif di berbagai media membuat masyarakat seolah-olah menguasai makna kebenaran. Masing-masing individu seolah berhak atas klaim kebenaran yang diyakininya sendiri. Hal ini membuat makna kebenaran semakin relatif sehingga penyebaran *hoax* semakin gencar dan masif. Pendapat para pakar dan ahli kemudian bisa saja dimentahkan atau ditolak karena setiap individu membangun dasar kebenarannya sendiri. Dengan demikian masyarakat kemudian tidak lagi melakukan konfirmasi atas apa yang diterimanya. Hal inilah yang kemudian menyebabkan *hoax* semakin menjalar dalam arus informasi masyarakat di era post-modern. Dalam konteks Pilkada DKI Jakarta Tahun 2017, masing-masing kubu dan pendukung mempercayai apa yang menurut mereka sebagai sebuah kebenaran mutlak tanpa mempersiapkan filter yang efektif untuk menyaring segala informasi. Tuduhan-tuduhan akan muncul bilamana pendapat pakar dianggap tidak sesuai dengan apa yang diyakini mereka. Misalnya, pendapat yang dianggap tidak sesuai dengan keyakinan kubu Anies-Sandi, dianggap sebagai bagian yang pro-Ahok dan pendukung penista agama. Sebaliknya, pendapat yang dianggap membela Anies-Sandi, dianggap kubu Ahok sebagai pendukung politisasi agama dan kelompok Islam radikal. Pada akhirnya dalam pilkada DKI Jakarta tahun 2017, sudah tidak penting lagi siapa yang memenangkan kontestasi politik melainkan siapa yang kemudian memenangkan wacana yang ingin diperjuangkan.

4. Kegagalan Institusi Politik

Merebaknya fenomena *hoax* menjadi bukti akan kegagalan institusi politik menciptakan kepercayaan politik masyarakat. Institusi politik dalam hal ini misalnya partai politik gagal meraih kepercayaan masyarakat. Rilis dari lembaga survei Indobarometer tahun 2017 misalnya menyebutkan tingginya angka ketidakpercayaan masyarakat terhadap partai politik dengan prosentase sebesar 51,3 persen. Tingginya rasa ketidakpercayaan itu berdampak terhadap tingkat kedekatan masyarakat kepada partai. Sebanyak 62,9 persen masyarakat merasa tidak dekat dengan partai. Ketidakpercayaan ini didasarkan pada anggapan masyarakat bahwa partai politik hanya mencari kekuasaan. Berdasarkan hal

tersebut, kekecewaan-kekecewaan masyarakat dilampiaskan dalam ketidakpercayaan terhadap partai dan segala bentuk penjelasan politisi partai di ruang publik.

Selain itu, ada anggapan bahwa Ahok kebal hukum karena lepas dari jeratan dugaan korupsi pada kasus rumah sakit Sumber Waras dan pengusuran di beberapa daerah yang mal-administrasi. Sebagian masyarakat turut memandang lembaga hukum tidak lagi bekerja secara independent, melainkan telah menjadi alat kepentingan kelompok kekuasaan tertentu. Kemudian mereka lebih mempercayai figur dan sarana-sarana lain untuk memperjuangkan aspirasi politiknya. Dalam konteks pilkada DKI Jakarta Tahun 2017, figur dan aspirasi politik masyarakat kemudian berganti ke sarana lain seperti pemuka dan kelompok agama.

5. Populisme Islam

Menguatnya populisme Islam menjadi salah satu hal yang penting untuk dilihat ketika kontestasi politik pilkada DKI Jakarta Tahun 2017. Tensi politik yang begitu meninggi jelang suksesi pilkada DKI Jakarta berhasil dimanfaatkan salah satu kubu untuk membuat wacana populisme Islam dalam pembingkai makna aspirasi umat islam dalam beberapa peristiwa antara lain ketika organisasi masa Forum Pembela Islam (FPI) menolak Ahok sebagai Gubernur DKI Jakarta menggantikan Joko Widodo yang naik sebagai presiden terpilih periode 2014-2019. Penolakan tersebut dilandasi oleh sentimen terhadap pemimpin yang dianggap kafir. Ada kekhawatiran jika ahok naik sebagai gubernur, maka kemungkinan tidak akan mengakomodir kepentingan-kepentingan kelompok mayoritas (Islam) di Provinsi DKI Jakarta.

Peristiwa lain yang turut menjadi momentum adalah peristiwa pidato kontroversial Ahok ketika kunjungan kerja ke kepulauan seribu. Pidato kontroversial tersebut kemudian tersebar dan viral di linimasa media sosial. Pidato kontroversial tersebut kemudian memicu pro dan kontra serta keresahan di masyarakat. Dua momentum peristiwa tersebut di atas kemudian dijadikan sarana mobilisasi perjuangan umat Islam dalam bentuk gerakan 212 dengan tuntutan utama memenjarakan ahok atas tuduhan penistaan agama. Terkait dengan

penyebaran *hoax*, menguatnya populisme Islam menjadi “bahan” bagi masing-masing kubu untuk memperjuangkan wacana. Kubu yang mewakili aspirasi umat Islam kemudian menyebarkan wacana dalam bentuk *hoax* yang menampilkan sentimen-sentimen kebencian terhadap kubu yang menggaungkan semangat nasionalisme dan keberagaman serta toleransi. Sementara kubu yang membawa klaim nasionalisme yang menjadi pendukung Ahok-Djarot menggaungkan isu-isu politisasi agama, radikalisme dan isu-isu intoleransi ke dalam wacana *hoax*. Menguatnya Isu populisme Islam yang dibingkai dalam bentuk perjuangan umat Islam di gerakan sosial 212 mengantar kemenangan kubu Anies-Sandi di Pilkada DKI Tahun 2017.

b. Pengaruh *Hoax* Terhadap Konfigurasi Politik

Pilkada DKI Jakarta tahun 2017 telah menciptakan polarisasi politik yang cukup tajam tidak hanya terkait pada posisi dukungan politik antara Ahok dan Anies, namun juga diskursus yang terbangun dalam konfigurasi politik tersebut. Diskursus pro dan anti-Ahok tentang klaim identitas seperti tolak pemimpin kafir dan tolak pemimpin dari kelompok radikal menjadi *nodal point* atau titik temu yang menciptakan jalinan kesamaan (*chain of equivalence*) yang diartikulasikan oleh kelompok pro dan anti-Ahok. Dalam konteks ini *hoax* telah menjadi medan hegemoni atas proses diskursif tersebut. Dalam praktik artikulasi tersebut, wacana anti-Ahok berhasil mendominasi *hoax* dengan wacana partikularnya seperti tolak pemimpin kafir dan penista agama, dan menempati posisi hegemonik dengan keberhasilannya memenangkan Anies-Sandi dalam Pilkada DKI 2017.

Diskursus anti-Ahok menjadi hegemonik karena praktik artikulasinya di dalam *hoax* berhasil memodifikasi penanda-penanda mengambang (*floating signifiers*) soal wacana-wacana partikular seperti pengusuran di era Ahok, kasus korupsi RS Sumber Waras, dan kasus penistaan agama mengendap menjadi satu wacana universal, yakni anti pemimpin seperti Ahok atau anti-Ahok. Penanda-penanda mengambang ini diperjuangkan melalui proses pewacanaan *hoax* yang masif sebagaimana terungkap dalam situs turnbackhoax.id.

Universalisasi wacana anti-Ahok tersebut menjadi jelas dan tegas, ketika dilakukan intervensi hegemoni melalui praktik artikulasi dilakukan secara terus-menerus untuk menetapkan (*fixed*) makna tersebut secara tunggal dan mengosongkan makna soal Ahok sebagai pemimpin tegas, jujur, dan mengutamakan keberagaman sehingga terjalin suatu rantai kesamaan di antara kelompok-kelompok yang mengartikulasikan wacana berbeda. Hal ini telah menciptakan batas yang tegas, di mana setiap aktor atau wacana partikular yang mendukung wacana anti-Ahok dianggap sebagai “kita” atau “umat”, istilah populer saat itu yang berjaln kelindan dengan populisme Islam. Sedangkan yang berbeda dengan wacana anti-Ahok, dianggap sebagai mereka atau pendukung penista agama.

Hal serupa, meskipun tidak berhasil mendominasi dalam pewacanaan *hoax*, wacana pro-Ahok turut berusaha mempertahankan hegemoni diskursus. Proses artikulasi wacana pro-Ahok lebih dominan memainkan peran institusi politik dengan instrumen ideologi dan aparatur ideologi negara. Saat itu, muncul wacana tentang klaim kebangsaan dan keberagaman, di antaranya melalui tagline “Kita Indonesia”, atau “Kami Ahok”. Sikap atau pendapat yang dianggap bertentangan dengan wacana ini pun dituduh sebagai anti kebhinekaan atau pendukung radikalisme dan intoleransi.

Situasi antagonisme ini telah menciptakan konfigurasi politik yang bersifat diametral karena adanya batas politik (*political frontier*) yang tegas dan jelas. Hanya saja posisi hegemonik berhasil direbut oleh wacana anti-Ahok melalui proses pewacanaan *hoax* yang masif dan berhasil merebut makna atas politik, dalam konteks ini berhasil memenangkan Anies-Sandi sebagai representasi wacana anti-Ahok dalam kontestasi Pilkada DKI Jakarta tahun 2017.

Meski demikian, kondisi ini menunjukkan bahwa pengaruh hegemoni elit memiliki peran sentral dalam merebaknya fenomena *hoax* dan *post-truth politics* di Indonesia. Elit dalam konteks ini bukan hanya aktor atau agensi, namun juga wacana yang terputus dari masalah politik yang bersifat obyektif seperti emansipasi, keadilan, dan persamaan. Kedua wacana yang berkontestasi, baik yang

pro maupun anti-Ahok, memobilisasi isu-isu yang sangat sempit dengan melihat bahwa pilkada DKI adalah sebatas persoalan pergantian aktor. Dan memandang bahwa isu-isu politik seperti emansipasi, keadilan, dan persamaan adalah bersifat derivatif, yakni tergantung pada aktor yang memegang kekuasaan.

Situasi ini dimungkinkan oleh hegemoni wacana demokrasi liberal yang lebih menitikberatkan pada proses elektoral sebagai instrumen utama dalam politik dan meminggirkan makna demokrasi sebagai alat untuk memperjuangkan emansipasi dan keadilan sosial. Sehingga, Pilkada DKI Jakarta tahun 2017 lebih mencuatkan persoalan agensi seperti wacana pro dan anti-Ahok. Dalam konteks inilah, maka menjadi wajar, jika *hoax* dan *post-truth politics* merebak di Indonesia karena setiap pihak akan berusaha memperjuangkan kepentingannya dengan segala cara, termasuk dengan menebar kebohongan.

E. KESIMPULAN

Melalui pendekatan teori hegemoni dan analisis diskursus, terungkap bahwa fenomena *hoax* pada Pilkada DKI Jakarta tahun 2017 bukan sekadar konstruksi sosial atau alat kampanye hitam (*black campaign*) untuk menjatuhkan lawan politik. Merebaknya *hoax* pada Pilkada DKI Jakarta tahun 2017 juga dipengaruhi oleh beberapa faktor yang menjadi pertanda gejala *post-truth politics*, antara lain: kemunculan media sosial, kapitalisme media, masyarakat post-modern, kegagalan institusi politik, dan menguatnya populisme Islam.

Merebaknya fenomena *hoax* pada Pilkada DKI Jakarta tahun 2017 juga dapat dilihat sebagai medan perebutan hegemoni diskursus antara wacana pro dan anti-Ahok. Kedua wacana berusaha menciptakan *nodal points* melalui proses artikulasi di dalam *hoax* untuk menghimpun wacana-wacana yang bersifat partikular menjadi suatu universalitas wacana. Keduanya sama-sama menggunakan isu SARA di dalam *hoax* untuk membangun rantai kesamaan. Misalnya, wacana anti-Ahok digaungkan dalam pewacanaan *hoax* dengan menarasikan isu soal tolak pemimpin kafir, penista agama, dan menuduh pihak yang berbeda dengan sebutan pendukung penista agama. Sebaliknya, kelompok pro-Ahok juga membangun klaim identitas kebangsaan yang sempit dengan menuduh pihak yang berbeda

dengan sebutan pendukung radikalisme dan intoleran. Situasi inilah yang menyebabkan konfigurasi politik akibat hoax menciptakan polarisasi politik yang bersifat diametral. Situasi ini yang disebut oleh Laclau dan Mouffe dengan istilah antagonisme yang menciptakan batas politik (*political frontier*) yang tegas dan jelas.

Meski dalam proses pewacanaan *hoax* tampak bahwa wacana anti-Ahok berhasil merebut posisi hegemonik dengan memenangkan Anies-Sandi pada Pilkada DKI Jakarta tahun 2017, akan tetapi, proses politik tersebut terbingkai dalam wacana demokrasi liberal yang lebih menitikberatkan pada sirkulasi aktor politik atau agensi. Makna emansipasi dan keadilan sosial dalam demokrasi semakin terpinggirkan akibat hoax yang selalu menekankan persoalan politik pada agensi. Dengan demikian, penurunan angka Indeks Demokrasi Indonesia akibat merebaknya *hoax* pada Pilkada DKI Jakarta tahun 2017 sebagai pertanda gejala *post-truth politics* di Indonesia, lebih menunjukkan terpinggirkannya wacana-wacana substantif seperti emansipasi dan keadilan sosial di dalam diskursus demokrasi akibat praktik artikulasi wacana elit demokrasi liberal yang hegemonik.

DAFTAR PUSTAKA

EIU. (2018, Agustus 19). Democracy Index 2017: Free Speech Under Attack. Diakses dari <http://www.eiu.com>

JA, Denny. (2018, Agustus 20). Mengapa Ahok Kalah Telak dan Anies Menang Mutlak? Diakses dari <http://www.detik.com>

Cho, P. (2018, Agustus 20). Technology and Its Role in the Post-Truth World. Diakses dari <http://www.foxhedgehog.com>

Davies, W. (2018, Agustus 20). The Age of Post-Truth Politics. Diakses dari <http://www.nytimes.com>

Irwansyah. (2018, Agustus 20). Pengorganisasian Merespon Pasca-Kebenaran. Diakses dari <http://indoprogress.com>

Laclau, E., & Mouffe, C. (2008). *Hegemoni dan Strategi Sosialis: Pos Marxisme dan Gerakan Sosial Baru*. Yogyakarta: Resist Book.

Gusti, M.O. (2017). *Post Sekularisme, Toleransi, dan Demokrasi*. Jakarta: Ledalero.

Mastel. (2018, Agustus 20). Hasil Survey Mastel Tentang Wabah Hoax Nasional 2017. Diakses dari <http://mastel.id/>

Noor, F. (2018, Agustus 20). Post-truth Politician. Diakses dari <http://www.sindonews.com>

McIntyre, L. (2018). *Post-Truth*. Cambridge, MA: MIT Press.

Patria, N, dan Arief, A. (1999). *Antonio Gramsci: Negara dan Hegemoni*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 4 Tahun 2017 Tentang Kampanye Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan Walikota dan Wakil Walikota.

Riyanto, R.D. Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial. *Manajemen dan Kewirausahaan* 5: 58-70.

Salam, A. (2018). The Hoax Phenomenon in Indonesian Society: Observing Anti-Diversity Memes Since 2014. *Humaniora* 30 (Oktober): 315-324.

Yunandar, A.M. (2018, Agustus 20). Right Wing Population dan Demokrasi Liberal. Diakses dari <http://www.padebooks.com>