

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Negara Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan terbesar di dunia, terdiri dari berbagai suku ras bahasa dan ribuan pulau serta masyarakat yang majemuk, dimana dua pertiga wilayahnya perairan. Terletak pada garis khatulistiwa, Indonesia mempunyai banyak keistimewaan, yaitu beragamnya sumberdaya hayati dan non hayati. Indonesia mempunyai perairan territorial dengan luas 3,1 juta km². Selanjutnya dalam kehidupan berbangsa dan bernegara, Indonesia mengikuti sistem demokrasi. Demokrasi sendiri telah membuka ruang pada masyarakat semua warga negaranya memiliki hak setara dalam pengambilan keputusan mengubah hidup mereka.

Teknologi informasi dan komunikasi kian maju. Begitu juga dengan media massa yang semakin berkembang dan canggih. Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audience* yang luas dan umum. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas.

Menurut Abdul (2018), media massa yang kini tren yaitu media *online*. *Online* bermaksud memberikan informasi serta dapat diakses di mana saja dan kapan saja selama ada jaringan koneksi internet. Media *online* yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui jaringan internet berisikan teks, foto, video, dan suara. Ketersediaan berbagai layanan informasi dan hiburan diinternet dapat dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan manusia. Misalnya, dalam hal interaksi sosial, akses ilmu pengetahuan, kepentingan ekonomi, aktivitas politik, kegiatan budaya dan sebagainya. Dengan munculnya media *online* telah membawa perubahan dalam segala aspek komunikasi manusia salah satunya dalam komunikasi massa. Media massa yang telah berevolusi menjadi media massa *online* memiliki kelebihan dalam proses penyampaian berita, di

mana berita dapat disampaikan dengan lebih cepat dan juga memiliki tampilan audio visual yang menarik. Salah satu media *online* yang populer saat ini adalah media sosial. Media sosial sudah menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat untuk bersosialisasi, bertukar pikiran dan mengungkapkan pendapatnya. Media sosial dapat diakses masyarakat dengan koneksi internet melalui telepon pintar atau *smartphone* dalam genggam tangan. Penggunaan media sosial saat ini sudah banyak digunakan oleh politisi dan partai politik sebagai sarana untuk mengungkapkan pendapat dan kepentingan mereka.

Rudi (2009), menulis bahwa media merupakan perantara yang biasanya digunakan untuk memberikan informasi pada penerima pesan. Media juga memiliki pengertian yaitu “perantara” sering kali disebut “pengantar”, mempunyai makna media sebagai sebuah alat yang digunakan oleh asal pesan dengan menerima pesan tersebut. Kemudian dalam istilah lain media juga memiliki arti media merupakan sebuah bentuk alat yang berwujud bentuk nyata maupun suara. Lalu terdapat tiga bagian media, yaitu :

1. Media audio ialah sebuah media yang dapat didengar, misalnya radio, lagu dan lainnya.
2. Audio visual, ialah sebuah perantara yang selain dapat dilihat, media ini juga dapat dilihat secara nyata.
3. Visual, ialah sebuah media yang dapat dilihat secara nyata, merupakan media yang sering ditemui orang-orang.

Kemudian dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang begitu cepat dan canggih saat ini, sangat mempengaruhi masyarakat yang menggunakannya. Hal ini dapat dilihat dengan mudahnya mengakses apapun yang diinginkan atau dicari diketahui oleh masyarakat pengguna media sosial. Mulai yang mudah hingga sulit, semua dapat diakses oleh masyarakat dengan menggunakan teknologi saat ini.

Menurut data Kominfo mengenai pengguna internet telah mencapai puluhan juta orang, kurang lebih sekitar enam puluh tiga juta orang Indonesia. Dari jumlah tersebut mayoritas menggunakan media sosial *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Youtube*. Kemudian pada intinya media sosial ini sangat bermanfaat

bagi manusia selain sebagai saling tukar informasi antar sesama juga sebagai museum pribadi. Misalnya mengabadikan momen-momen kegiatan spesial sehari-hari bersama sahabat dan keluarga. Perkembangan teknologi terhadap *smartphone* juga semakin mempermudah komunikasi melalui media sosial maupun internet. Dengan *smartphone* kita bisa mendapatkan begitu banyak informasi secara singkat. *Smartphone* dapat berfungsi hampir sama dengan komputer namun ukuranya lebih kecil. *Smartphone* berkembang sangat pesat dengan kemajuan teknologi sekarang, memberikan kita kesempatan untuk hidup secara lebih mudah

Teknologi pada hari ini terus berkembang, sehingga membuat internet atau media sosial juga mengalami perkembangan yang signifikan. Memang bukan keseluruhan wilayah daerah Indonesia, namun hal-hal berbau kemajuan teknologi tersebut telah tersebar di hampir seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Mayoritas orang yang mengakses internet atau media sosial di Indonesia adalah mereka yang menggunakan *smartphone*. Sehingga individu terasa tidak ada batasan dengan orang lain meskipun mereka berjarak ratusan ribu kilometer dari lokasi seseorang.

Menurut Abdul (2013:160), salah satu aplikasi yang terdapat dalam *smartphone* yang digandrungi oleh para remaja yaitu *instagram*. *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto, menerapkan *filter digital* dan membagikan berbagai layanan jejaring media sosial. Aplikasi ini muncul pada tahun 2012 dan hingga sekarang masih sangat digemari oleh para penggunanya. Antara media massa dan politik memiliki hubungan yang saling mempengaruhi. Aktivitas politik diketahui dan dikontrol secara nyata oleh publik melalui konsumsi berita di media massa. Media massa menyebarkan informasi politik kepada masyarakat dalam rangka menambah pengetahuan, meningkatkan wawasan, membangkitkan kesadaran dan menumbuhkan rasa kritis.

Simbol-simbol yang banyak digunakan di berbagai media sosial ada Twitter, Instagram dan lainnya adalah *hashtag* (#). Tanda tagar atau dalam bahasa Inggris *hashtag*, pada awalnya adalah sebuah tanda untuk menunjukkan nomor misal “#1” yang singkatan dari nomor satu, atau disebut dengan nomor (number sign 1). Istilah tanda nomor, saat itu populer di Kanada. Di sebagian besar negara Amerika Serikat dikenal sebagai tanda pon (*pound sign*) sementara di luar

Amerika Serikat sana disebut tanda pagar (*hash key*) yang biasa digunakan pada pesawat telepon. Tagar sering digunakan dalam teknologi informasi untuk menyoroti arti khusus. Misalnya pada tahun 1970 memiliki makna langsung dalam bahasa *assembly* dari PDP-11 ketika ditempatkan disamping simbol atau angka. Pada tahun 1978, Brian Kernighan dan Dennis Ritchie menggunakan tagar (#) dalam bahasa pemrograman. Tagar kemudian digunakan dalam jaringan IRC untuk mengelompokkan label dan topik. Tagar juga digunakan untuk menandai pesan individu dan relevan dengan kelompok tertentu.

Tokoh politik pun tak mau kalah dalam perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, mereka menggunakan media sosial sebagai komunikasi politik. Salah satunya media sosial twitter *Instagram*, Khalayak mengeluarkan pendapat di *Twitter*, *Instagram* kemudian ditandai dengan tanda pagar atau tagar (#). Tanda pagar biasanya disebut tagar (#) atau *Hashtag* awalnya digunakan di media sosial *Twitter*, *Instagram*. Namun saat ini, sudah merambah ke media sosial lainnya seperti *facebook*, dan media sosial lain sebagainya.

Tagar atau yang saat ini disebut *hashtag* semakin meningkat popularitasnya sejak digunakan di media sosial *Twitter*, *Instagram*. *Hashtag* telah difungsikan sebagai penggolongan tema atau topik yang lebih spesifik dalam media sosial. Di sisi lain *hashtag* juga mempermudah orang lain untuk mencari topik yang saling berhubungan. Dalam dunia digital, khususnya digital konten marketing pada media sosial. *Hashtag* berguna untuk mengelompokkan sebuah tema atau informasi produk agar orang lain atau calon customer dapat menemukan informasi yang anda sampaikan pada sebuah *hashtag* tertentu.

Gambar 1. Akun instagram @Mardani



Sumber: Akun instagram @MardaniAli

Menurut Rakhmat (2018), gerakan yang bermunculan di saat ini menjelang pemilihan presiden tahun 2019 ini. Salah satunya yaitu gerakan tagar *#2019GantiPresiden*. Gerakan tagar *#2019GantiPresiden* ini bukan hanya pada di media sosial akan tetapi juga terjadi di dunia nyata di lapangan. Terwujud pada postingan tagar *#2019GantiPresiden* di *Instagram*, Mardani Ali juga yang rencananya deklarasi di Kalimantan. Mardani Ali Sera seorang tokoh politik dari Partai Keadilan Sejahtera (PKS) pencetus gerakan (*Hashtag*) *#2019GantiPresiden*. Pembentukan tagar *#2019GantiPresiden* berawal saat Mardani diundang acara debat di salah satu stasiun televisi swasta pada 27 Februari 2018. “Selain Mardani ada beberapa politikus lain yang diundang dalam acara itu. Saat terlibat diskusi, Mardani mengaku emosi dengan pernyataan rekan politikus lain yang mendukung Presiden Joko Widodo melulu. Dia mengatakan pernyataan rekan politikus itu tidak ada perbedaan. "Makanya saya katakan ingin mengganti pemerintahan di 2019," kata dia.”

Kemudian Mardani Ali terlihat pertama kali mengenakan gelang berlogo *#2019GantiPresiden* dalam sebuah acara televisi, Selasa, 3 April 2018. Setelah itu,

#2019GantiPresiden langsung ramai diperbincangkan di media sosial. Gerakan #2019GantiPresiden telah banyak mendapatkan dukungan. Salah satunya dari politikus partai Gerindra Fadli Zon. Sebagai negara demokrasi, masyarakat dapat mengeluarkan pendapatnya. Saat ini, pemberitaan politik di Indonesia makin memuncak dan memanas. Semua elemen masyarakat menginginkan terpilihnya pemimpin yang baik pada pemilihan presiden 2019. Tanda pagar #2019GantiPresiden bukan sebagai ujaran kebencian, hanya aspirasi masyarakat saja dalam menghadapi pesta demokrasi mendatang. Media sosial dianggap memiliki peranan yang cukup besar pada kehidupan demokratis di negeri ini. Bahkan mampu menjadi mediator suatu praktik demokrasi dimana semua orang dapat terlibat dalam percakapan urusan publik dan melahirkan sebuah opini publik. Opini tentang tagar #2019GantiPresiden semakin populer dan diberitakan dimana-mana. Setiap pemberitaan mengenai politik dengan menggunakan gerakan #2019GantiPresiden memudahkan pembaca dalam memilah isu tersebut. Kebebasan media memberi ruang yang luas kepada publik untuk mengetahui berbagai macam informasi atau peristiwa khususnya tentang perkembangan politik. Beberapa portal berita *online* yang mengangkat pemberitaan mengenai gerakan #2019gantipresiden yaitu kompas.com dan detik.com.

Menurut Erond (2018), tagar #2019GantiPresiden merupakan simbol atau sandi yakni teks yang berelasi terhadap pembentukan sikap kooperatif dan antagonis terhadap pergantian presiden 2019. Tagar #2019GantiPresiden juga termasuk *indirect speech* atau kalimat tidak langsung pada arena politik. Menurut (Pingker, 2011) *indirect speech* bukan hanya sebagai isyarat sosial politik akan tetapi juga sebagai isyarat secara monoton diproduksi untuk mempengaruhi interpretasi dan keputusan publik. Tagar #2019GantiPresiden juga sebagai eksperimen terhadap masyarakat yang sengaja diciptakan pembicara kepada audiens atau lewat media, untuk mendapatkan penerimaan ataupun penolakan dari masyarakat terhadap upaya pergantian presiden 2019. kecenderungan penggunaan tagar pada arena politik merupakan untuk mengukur polarisasi dalam masyarakat. Pada arena politik tagar dapat bekerja dua cara yakni, (i) *seed users* yakni untuk

mengetahui kecenderungan politik dan (ii) *assigned a fractional leaning* yakni penandaan kecenderungan faksi-faksi dalam masyarakat.

Tagar #2019GantiPresiden ramai dibicarakan melalui media cetak televisi dan terutama media sosial. Frekuensi produksi wacana pergantian presiden yang massif melalui berbagai cara (Televisi, cetak dan media sosial) dilakukan untuk membentuk memori kolektif (*Collective memory*) pada masyarakat strategi ini dilakukan terutama menysar pemilih pemula serta usia produktif perkotaan yang diharapkan menebaran hingga masyarakat di level *grassroots* dipedesaan. Oleh karena itu salah satu tujuan dari Tagar #2019GantiPresiden ialah membentuk sikap politik masyarakat terhadap keharusan mengganti presiden tahun 2019. Melalui cara ini masyarakat berpaling dari petahana Joko Widodo dan kukuh ke tokoh lainya yakni Prabowo Subianto.

Menurut Rahmatullah (2018), hasil survey yang dilakukan Indo Barometer (IB) dalam persetujuan publik terhadap gerakan #2019GantiPresiden yakni sebanyak 61,1 persen tidak menyetujui gerakan itu, sedangkan yang setuju sebanyak 34,1 persen dan sisanya 4,7 persen tidak menjawab atau tidak tau. Oleh karena itu masih banyak pro kontra pada tagar #2019GantiPresiden (<https://nasional.sindonews.com>).

Kemudian deklarasi #2019GantiPresiden dilakukan di berbagai daerah Indonesia. Terjadi pro dan kontra setiap daerahnya, ada yang mendukung dan ada yang menolak deklarasi tersebut. Memasuki jadwal pendaftaran calon presiden dan wakil presiden 2019 pada bulan Agustus 2018 hingga akhir pendaftaran calon presiden yang mendaftar yakni Joko Widodo-Ma'ruf Amin dan Prabowo-Sandiaga Uno. Tagar ini masih massif digunakan saat pendaftaran calon presiden dan wakil presiden.

Tagar #2019GantiPresiden hanya berfokus pada masyarakat urban (perkotaan) atau kalangan milenial yang melek media. Sedangkan masyarakat *grass roots* seperti pedesaan, tagar dimaksud tidak signifikan. Namun produksi wacana #2019GantiPresiden pada masyarakat perkotaan lambat laun diharapkan menular (*contagion*) pada level *grass root* dan masyarakat pedesaan. Pada

masyarakat perkotaan sasaran utamanya tagar #2019GantiPresiden adalah pemilih pemula dan usia produktif.

Kemudian gerakan ini mempunyai dua sisi yang berbeda, semua itu tergantung pada individu atau dirinya sendiri, bagaimana cara untuk mendapatkan setiap ilmu pengetahuan yang dimilikinya. Seperti halnya dalam penelitian yang akan dibuat penulis disini membahas tentang pengetahuan makna tagar #2019GantiPresiden, yang difokuskan pada media sosial instagram. Oleh karena itu dengan indikator serta ketertarikan penulis pada Tagar #2019GantiPresiden. Maka penulis meneliti ini untuk membongkar atau membuka wawasan baru pada pembaca makna Tagar #2019GantiPresiden, yang bukan hanya memiliki arti tunggal tetapi jamak.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dimaksud maka butuh perumusan yang lebih spesifik untuk mendiskripsikan Bagaimana Dekonstruksi Makna Tagar #2019GantiPresiden?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis memiliki tujuan yakni, untuk mengetahui Dekonstruksi Makna Tagar #2019GantiPresiden yang dilakukan oleh kubu atau simpatisan Prabowo dalam menggalang dukungan Pilpres 2019.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki dua manfaat, yaitu manfaat teoritis dan praktis.

a. Manfaat Teoritis:

Penelitian ini bermanfaat secara teoritis bagi pengembangan kajian sosiologi terkait tanda dalam media sosial oleh masyarakat. Dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi peneliti gerakan di media sosial.

b. Manfaat Praktis:

Kemudian Secara praktis penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan pada pemerhati media sosial dan masyarakat di Indonesia mengenai tagar #2019GantiPresiden.