



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perbincangan mengenai golongan putih atau golput mulai mencuat menuju pilpres 2019. Laporan Tirto menyebutkan imbauan agar masyarakat tidak golput selalu disampaikan peserta, penggiat, penyelenggara hingga pengawas pemilu, karena dimungkinkan angka golput akan tinggi (Hasan, 2019, para. 5). Perkiraan angka golput yang tinggi dan didominasi oleh milenial juga cukup ramai dalam pemberitaan media massa. Saat itu, perbincangan soal masyarakat yang belum atau tidak menentukan pilihannya menjadi perhatian tim kampanye ke dua calon karena dirasa akan memberikan sumbangsih suara yang besar.

Direktur Pemilih Muda TKN, Bahlil Lahadia, dalam wawancaranya di Bisnis.com menyatakan pihaknya mengerahkan berbagai cara untuk menggaet pemilih yang belum menentukan pilihan (*swing voters*), khususnya yang berasal dari generasi milenial (Fitriani, 2019, para. 1). Karenanya, seruan anti golput keras dikampanyekan oleh tim kemenangan dua calon pilpres 2019 ini.

Menurut Laboratorium Big Data Analytics Departemen Politik dan Pemerintahan Fisipol UGM, perbincangan golput di media sosial menjadi masif dengan mengalami kenaikan hingga 500 percakapan dibandingkan per harinya yang hanya 50 percakapan. Ada dua faktor yang memengaruhi

hal tersebut, pertama, perbincangan menjadi masif karena adanya pihak-pihak berpengaruh yang sengaja atau tidak memulai perbincangan. Pihak seperti ini disebutkan yang jumlah pengikut ribuan atau jutaan. Kedua, faktor momentum politik seperti debat capres (Kusuma, 2019, para. 8, 9, 10 & 11).

Sayangnya, stereotipe yang melekat pada golongan putih atau golput masih terlihat pada pemilihan umum 2019 ini. Pandangan negatif terhadap golput menurut Nyarwi sebenarnya sudah dimulai sejak tahun 1971. Ketika gerakan golput yang dipelopori oleh Arif Budiman dianggap sebagai gerakan pembangkang terhadap pemerintah. Padahal, golput sendiri timbul karena ketidakpuasan terhadap pelaksanaan pemilu di tahun itu (Nyarwi, 2009, p. 281 & 284).

Gerakan yang disebut *counter culture* ini, atau dalam budaya barat era 60-an merupakan gerakan pembalikan budaya oleh akar rumput, sebagai simbol anti kemapanan yang dimanifestasikan dalam gaya hidup *hippies*, anti perang, dan lainnya, terbentuk sebagai aksi menggugat sistem politik yang saat itu dianggap sebagai ajang penipuan sistematis terhadap rakyat. Sikap golput, perilaku *non voting* atau sikap untuk tidak memilih dalam pemilu pada masa Orba merupakan refleksi dari ketidakpercayaan atau rendahnya kepercayaan politik (Yanuarti, 2009, p.22 & 26).

Di era reformasi, misalnya menjelang pemilu 2004, pemerintah menyikapi kemungkinan menguatnya suara golput dengan penuh kekhawatiran dan kecurigaan. Yanuarti memaparkan Presiden Megawati

berkali-kali menyerukan rakyatnya agar menggunakan hak suaranya. Lembaga Majelis Ulama Indonesia atau MUI bahkan mengeluarkan fatwa haram golput (Yanuarti, 2009, p.27).

Pada akhirnya, dari warisan orde baru hingga saat ini pun, golongan putih secara normatif dianggap sebagai suatu hal yang salah. Perbedaannya, kondisi hari ini tak lagi dilatarbelakangi oleh bentuk kekuasaan otoritarian, melainkan mediatisasi politik yang digerakkan oleh oligarki (Heychael, Remotivi, 2019, para. 4).

Denison Wicaksono dalam penelitiannya berjudul *Kontestasi Wacana Golput Pada Media Islam Menjelang Pemilu 2009* misalnya, ia menggambarkan bagaimana media Islam, yakni Sabili dan Risalah Mujahidin merespon fenomena golput dalam pemberitaannya pasca fatwa haram golput MUI dikeluarkan. Praktik kewacanaan kedua media tersebut dalam memberitakan golput memang tidak terlepas dari habitus dan modal-modal yang dimiliki. Dalam pemberitaan majalah Sabili, golput diartikan sebagai suatu pilihan yang harus dihindari karena mempermudah kaum non-muslim untuk berkuasa. Jika umat Islam memilih untuk golput, maka dikatakan musuh-musuh Islam akan lebih mudah menguasai posisi-posisi strategis dalam struktur, baik di lembaga legislatif maupun eksekutif.

Kecenderungan ini dilihat bagaimana Sabili merupakan media Islam berbasis industri dan terdapat ikatan simbolik dengan partai politik PKS. Sedangkan Risalah Mujahidin berada di posisi yang menentang wacana

golput atau melawan wacana dominan dengan wacananya sendiri (Wicaksono, 2011, p. 26 & 27).

Perundungan dalam merespon keberadaan golongan putih juga terjadi di media sosial. Misalnya, fenomena intimidasi yang terjadi kepada Lini Zurlia di Twitter awal April lalu. Postingan *tweet* yang memuat foto dan pernyataan golput miliknya dikomentari negatif oleh para *netizen*. Berdasarkan hasil wawancara IDN Times, Lini mengaku diserang secara personal.

“Bukan hanya karena mereka gak paham apa itu *protest vote* atau *non-voting behavior*. Ternyata itu adalah cerminan masyarakat kita yang misoginis. Teman-temanku yang laki-laki banyak banget yang pakai hashtag #SayaGolput, gak ada yang diserang sampai ngatain lonte (pelacur). Tapi ketika perempuan, apalagi saya beridentitas non-heteroseksual, itu penyerangannya *very personal*. Berapa banyak akun-akun dengan Twitter *handle* perempuan yang saya lihat yang juga menyerang ngatain 'feminis indie', 'SJW' apa lah. Artinya masyarakat kita masih menginternalisasi misogini. Ketika perempuan mengekspresikan pandangan politiknya, pilihan politiknya, yang diserang adalah tubuhnya, yang diserang adalah fisiknya, yang diserang adalah identitasnya sebagai perempuan, identitas seksualnya.” (Folia, 2019, para. 42 – 44).

Pewacanaan golput di media lainnya yakni Televisi, merujuk artikel terbaru yang dilakukan Muhammad Heychael di Remotivi, juga menunjukkan bagaimana *talkshow* Rosi di Kompas TV episode “Golput, Rasional atau Frustasi?” masih menggunakan narasi ketakutan akan eksistensi golongan putih atau golput. Narasi tersebut didapat dari pertanyaan-pertanyaan di program Rosi yang menghasilkan maksud bahwa tanya-jawab di program Rosi pada episode tersebut tidak bermaksud untuk mengetahui kenapa golput menjadi pilihan politik yang dianggap rasional,

melainkan untuk mengenali penyimpangan apa yang dimiliki oleh si golput sehingga punya pilihan itu. Kedua, pembungkaman golput sebagai sikap politik kekanak-kanakan (Heychael, Remotivi, 2019, para. 6, 12 & 15).

Kepentingan-kepentingan media memunculkan hegemoni politik yang justru mengecilkan diskursus yang bersubstansi untuk hadir dan dikonsumsi oleh publik. Muzairi mengatakan setidaknya ada dua kepentingan utama di balik suatu media, yakni kepentingan ekonomi dan kepentingan kekuasaan, yang kemudian membentuk isi media, informasi yang disajikan dan makna yang ditawarkannya. Namun, di antara dua kepentingan tersebut, ada kepentingan lebih dasar yang justru terabaikan yakni kepentingan publik (Muzairi, 2014, p. 214). Padahal, menurut Habermas, ruang publik adalah agen, yang berarti ruang publik itu merupakan alat penting dalam menyampaikan aspirasi di ruang demokrasi (Jati, 2016, p.26 - 27).

Media memainkan peranan penting dalam membuat khalayak menjadi pemilih yang *well informed*. Karenanya, media harus bebas dari tekanan dalam proses peliputan dan pemberitaan yang berhubungan dengan pemilu. Pemilih membutuhkan media untuk mendapatkan informasi yang utuh mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pemilu (Saptono & Institut Studi Arus Informasi, 2005, p. 3 & 4).

Selain itu, media juga bertugas untuk menjaga keseimbangan dan tidak memihak dalam pelaporan pemilu, baik sikap tidak memihak berita,

atau program wawancara yang dilakukan, media juga harus bisa menjaga keseimbangannya bahkan dalam sebuah informasi (Saptono & Institut Studi Arus Informasi, 2005, p. 5).

Keberagaman isu dalam produk jurnalistik dianggap penting karena menghindari kejenuhan isu bagi khalayak. Dalam perspektif politik pun, keberadaan golput diartikan sebagai fenomena tawar-menawar terhadap harga demokrasi dan menjadi bagian dari hak politik (Subanda, 2009, p. 64). Sikap golput sebagai salah satu sikap politik juga patut berkontestasi sehingga ruang terhadap suara tersebut tetap bisa terwadahi.

Peran media dalam kehidupan berdemokrasi pun, meminjam pernyataan Habermas, bahwa ketersediaan kanal-kanal komunikasi yang tidak terdistorsi merupakan sarana utama pembebasan bagi partisipasi di ranah publik (CIPG, 2013, p. 10).

Porsi milenial dalam pemilihan 2019 yang digencar tim kemenangan seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, menjadikan peneliti memfokuskan pada media yang memiliki klaim sebagai media khusus milenial dan memiliki segmentasi pembaca yang tinggi di kategori milenial, yakni Kumparan dan Kompas.com.

Kumparan hadir dengan konsep fleksibilitas interaksi semua pengguna dalam satu platform dengan menghadirkan kombinasi antara situs berita dan media sosial. *Chief Marketing Officer* Kumparan, Andrias Ekoyuono dalam wawancaranya yang dimuat oleh *marketeers.com* menyatakan pola segmen pembaca Kumparan didominasi oleh generasi Y,

yakni di kisaran umur 25-34 tahun. Sedangkan Kompas.com, menurut penuturan pemimpin redaksi Wisnu Nugroho, demografi pembaca Kompas.com terbagi menjadi generasi X, Y dan Z. Segmen paling besar, ia menambahkan, dikuasai oleh pembaca usia 24-35 tahun (marketeers.com, 2018, para. 8 & 9). Distribusi pembaca yang mirip antara Kumparan dan Kompas.com menjadikan kedua media tersebut menarik untuk diteliti.

Milenial Indonesia tumbuh di era demokrasi yang lebih demokratis dibanding era orde lama. Generasi ini dianggap sebagai generasi yang mendapat pembelajaran demokrasi lebih banyak, salah satunya karena lebih banyak melalui tahapan pemilu dengan konsolidasi demokrasi yang lebih cair dan solid (Ali & Purwandi, 2017, p. 124 & 125).

Masih menurut Ali, dalam kacamata politik, jumlah dan pengaruh dari milenial yang cukup besar, menjadikan konstituen yang menggiurkan dan harus direbut (Ali & Purwandi, 2017, p. 151). Namun, ada yang lebih penting dari perolehan suara yang terlihat sangat politis, sesuai uraian Jati dalam penelitiannya berjudul Politik Persuasif Media, preferensi pemilih dalam pemilu bukanlah ditentukan oleh seberapa besar kampanye tersebut dilakukan oleh suatu partai atau kandidat yang bersangkutan, tetapi seberapa besar informasi yang mereka dapatkan. Karenanya, dalam posisi ini, media melakukan politik persuasif terhadap pemilih melalui pendekatan *daily politic*, atau menginformasikan berita politik sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat yang efektif dan efisien (Jati, 2013, p. 16).

## 1.2 Rumusan Masalah

Sesuai latar belakang yang sudah dijabarkan sebelumnya, rumusan masalah yang diajukan peneliti adalah “Seperti apa Kompas.com dan Kumparan memberitakan golput?”.

## 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pemaparan rumusan masalah di atas dapat disusun pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Seperti apa Kompas.com dan Kumparan memberitakan golput?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dijabarkan oleh peneliti di atas maka tujuan penelitian yang dilakukan peneliti adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana proses pembingkaiian golput di Kompas.com dan Kumparan
2. Untuk mengetahui bentuk pembingkaiian golput di Kompas.com dan Kumparan

## 1.5 Kegunaan Penelitian

### 1.5.1 Kegunaan Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan media dalam memberikan informasi yang komperhensif. Dalam pemberitaan pemilu misalnya, media memainkan peranan penting dalam membuat khalayak menjadi pemilih yang *well informed*.

### **1.5.2 Kegunaan Sosial**

Manfaat sosial dari penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pembentukan kesadaran akan pentingnya variasi dalam pilihan di budaya politik, sehingga ia bisa tetap berkontestasi di ruang publik. Merujuk ungkapan Moscovici, dalam McQuail, selain opini publik dari mayoritas yang bungkam, minoritas yang bicara justru sering kali memainkan peranan yang besar dalam perubahan opini (McQuail, 2011, p. 285).

### **1.6 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini hanya dilakukan pada dua media yakni Kompas.com dan Kumparan yang tentu belum menunjukkan gambaran media secara menyeluruh. Penelitian juga hanya bersifat deskriptif dalam meneliti pemberitaan mengenai atau dengan judul golput, sehingga berita-berita yang tidak memuat judul golput menjadi luput

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA