

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada bulan Februari 2025, Presiden Prabowo Subianto dan Wakil Presiden Gibran Rakabuming Raka sudah menjabat menjadi pemimpin negara selama 100 hari. 100 hari pertama masa jabatan merupakan periode yang sangat penting bagi para pemimpin politik untuk menentukan arah, menetapkan prioritas, dan membangun momentum bagi pemerintahan mereka. Masa ini berfungsi sebagai jendela untuk membentuk persepsi publik, menunjukkan kepemimpinan, dan mengimplementasikan kemenangan cepat yang membangun kepercayaan dan keyakinan. Fase ini menguji kemampuan pemimpin untuk menavigasi sistem pemerintahan, menyelaraskan tim mereka, dan menjaga konsistensi antara janji dan tindakan. Visi yang jelas, perencanaan strategis, komunikasi yang efektif, dan eksekusi yang disiplin sangat penting untuk menghindari kesalahan langkah yang dapat merusak kredibilitas. Keputusan yang dibuat pada masa ini memiliki konsekuensi jangka panjang, yang mempengaruhi bagaimana pemerintah dipandang selama masa jabatannya (McLauchlan et al., 2025).

Secara empiris, awal pemerintahan Prabowo-Gibran menunjukkan tingkat kepuasan publik yang tinggi. Survei Litbang Kompas (2025) mencatat 80,9 persen responden puas terhadap kinerja 100 hari pertama, didorong program seperti Makanan Bergizi Gratis, pembatalan kenaikan PPN, dan gaya kepemimpinan tegas. *Approval rating* tinggi bahkan menembus sekat politik, menunjukkan keberhasilan strategi komunikasi inklusif dan populis.

Seratus hari pertama pemerintahan Prabowo-Gibran telah menghadapi banyak sorotan, dengan kekhawatiran akan pemerintahan yang tidak efektif, eksekusi kebijakan yang tidak jelas, dan melemahnya *checks and balances* karena dominasi koalisi parlemen. Para ahli hukum mengkritik gagasan kontroversial Prabowo untuk mengampuni para pejabat yang korup, sementara para analisis politik mencatat penundaan dalam melaksanakan program-program utama yang diuraikan dalam Nawacita. Para ekonom mempertanyakan keberlanjutan kebijakan

keringanan utang pemerintah dan target pertumbuhan ambisius sebesar 8% di tengah tantangan ekonomi global. Selain itu, ketergantungan pemerintah pada jaringan militer untuk implementasi program menimbulkan kekhawatiran akan dampaknya terhadap demokrasi. Meskipun bukan ukuran sebuah keberhasilan yang pasti, para ahli menekankan bahwa seratus hari pertama menentukan arah pemerintahan, menyoroti perlunya pengawasan publik dan juga media yang berkelanjutan (Salma, 2025).

Beberapa kebijakan kontroversial dan krisis telah memicu protes dari masyarakat. Kelangkaan gas elpiji 3kg berdampak besar pada rumah tangga berpenghasilan rendah, memunculkan kekhawatiran atas kemampuan pemerintah mengelola sumber daya penting. Program Makanan Bergizi Gratis (MBG), yang seharusnya menjadi inisiatif unggulan, justru gagal dalam implementasi, dengan laporan makanan tidak layak, kurang gizi, dan bahkan kasus keracunan. Selain itu, Danantara, *Sovereign Wealth Fund* (SWF) kedua di Indonesia yang mengelola aset negara senilai 900 miliar, mendapat kritik keras karena minimnya transparansi dan absennya pengawasan dari auditor nasional seperti BPK dan BPKP, yang memicu kekhawatiran akan potensi korupsi dan salah urus (Arnani, 2025).

Selain itu, Zaenuddin (2025) mencatat bahwa pemotongan anggaran di sektor pendidikan, Badan Nasional Pencarian dan Pertolongan (BASARNAS), serta Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG) hingga 50% telah memicu ketidakpuasan publik. Kebijakan ini dianggap mengutamakan fiskal dibanding kesejahteraan rakyat, memicu munculnya tagar #KaburAjaDulu sebagai bentuk frustrasi generasi muda terhadap mahalnya pendidikan, minimnya lapangan kerja, dan rendahnya upah. Tagar ini menjadi sarana berbagi informasi peluang studi dan kerja di luar negeri, sekaligus simbol hilangnya harapan masa depan dalam negeri. Para ahli menilai tren ini sebagai bentuk protes terhadap kebijakan yang dianggap mengabaikan kesejahteraan rakyat.



Gambar 1. 1 Contoh cuitan X dengan tagar Kabur Aja Dulu

Sumber: @AmirahWahdi, sosial media X (2025)

Selain tagar #KaburAjaDulu, ada pula tagar #Indonesia Gelap. Pada tanggal 17 Februari 2025, tagar #IndonesiaGelap menjadi tren di *platform* media sosial X sebagai bentuk protes terhadap kebijakan Presiden Prabowo yang dinilai tidak berpihak pada rakyat. Gerakan ini dipicu oleh demonstrasi yang dipimpin oleh BEM seluruh Indonesia dan berbagai koalisi masyarakat sipil, termasuk *Indonesia Corruption Watch* (ICW) dan Yayasan Lembaga Bantuan Hukum Indonesia (YLBHI), yang turun ke jalan di berbagai kota untuk menyuarakan keprihatinan mereka. Para mahasiswa dan aktivis sosial percaya bahwa kebijakan pemerintah semakin menindas dan merugikan rakyat, membuat masa depan Indonesia tampak “gelap” (Diva, 2025).

Dalam aksi demonstrasi, massa membawakan 13 tuntutan utama yaitu pendidikan gratis dan demokratis; pembatalan proyek strategis nasional bermasalah; penolakan revisi UU Minerba; penghapusan dwifungsi ABRI; pengersahan RUU Masyarakat Adat; pencabutan Inpres No. 1 Tahun 2025; evaluasi program makan bergizi gratis; realisasi tunjangan kinerja dosen; penerbitan Perppu perampasan aset; penolakan revisi UU TNI, Polri, dan Kejaksaan; perombakan Kabinet Merah Putih; penolakan revisi Tatib DPR; serta reformasi menyeluruh Polri. (Siagian & Ernis, 2025)



Gambar 1. 2 Tiga Belas tuntutan demonstrasi Indonesia Gelap

Sumber: @BijakMemantau (2025)

Demonstrasi #IndonesiaGelap telah menarik banyak perhatian dunia internasional. Media-media besar di berbagai negara meliput protes terhadap kebijakan Presiden Prabowo Subianto. *The Star* (Malaysia) menyoroti ketidakpuasan masyarakat Indonesia terhadap keputusan pemerintah, sementara *Taiwan Plus News* melaporkan pemotongan anggaran dan penentangan terhadap program Makan Bergizi Gratis (MBG). Kanal berita *The Straits Times* (Singapura) menekankan pada protes yang dipimpin oleh mahasiswa dan simbol Garuda Hitam yang viral. *UCA News* (Hong Kong) berfokus pada langkah-langkah penghematan yang mempengaruhi layanan publik yang penting, termasuk pendidikan dan

kesejahteraan sosial, sementara juga mencatat protes di Papua yang menuntut pendidikan dan bukannya makanan gratis. Sementara itu, *Asia News* (Italia) melaporkan penyebaran gerakan yang cepat di media sosial dan bentrokan antara mahasiswa dan polisi (Wienanto & Planasari, 2025).

Riana (2025) melaporkan bahwa melihat besarnya skala demonstrasi yang dilakukan serta banyaknya kritik terhadap kebijakan pemerintahan, Presiden Prabowo Subianto merespons krisis ini dalam Kongres Partai Demokrat ke-6 di Jakarta pada 25 Februari 2025. Dalam pidatonya, ia mempertanyakan gerakan #IndonesiaGelap dengan pernyataan retoris, “Yang melihat Indonesia gelap itu siapa?”. Pada perayaan ulang tahun ke-17 Partai Gerindra, Presiden Prabowo juga menanggapi para pengkritiknya dengan menggunakan bahasa Jawa “Ndasmu” dengan nada yang meremehkan. Ia mengarahkan komentar ini kepada mereka yang mengkritik tiga isu utama, yaitu program MBG, ukuran kabinetnya, dan tuduhan campur tangan Jokowi dalam pemerintahannya (BBC News Indonesia, 2025).

Ramadhan (2025) melaporkan bahwa dalam peresmian Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Industropolis di Batang, Jawa Tengah, Presiden Prabowo menegaskan kembali komitmennya untuk mendorong pembangunan nasional, khususnya melalui program hilirisasi industri. Menanggapi kritik dan suara-suara negatif terhadap pemerintah, Presiden Prabowo menggunakan ungkapan tegas “biarkan anjing menggonggong” untuk menekankan bahwa pemerintah tidak akan terganggu atau patah semangat dalam menjalankan agendanya. Penggunaan frasa tersebut telah menimbulkan amarah di kalangan masyarakat karena dianggap meremehkan dan menghina. Dalam budaya Indonesia, meskipun frasa ini terkadang dapat berarti “mengabaikan kritik yang tidak berdasar”, menyebut orang sebagai “anjing” atau menyamakan suara mereka dengan gonggongan memiliki konotasi negatif. Hal ini menunjukkan bahwa kritik atau kekhawatiran yang disampaikan oleh masyarakat adalah suara yang tidak berharga.

Masyarakat pengguna X melihat respons Presiden Prabowo Subianto terhadap gerakan #IndonesiaGelap dan kritik publik bersifat meremehkan, defensif, dan bahkan mengejek. Berdasarkan analisis Jangkara yang ditulis oleh Rifai (2025) terhadap 64.816 komentar di media sosial X sepanjang 1 – 28 Februari 2025,

sebanyak 81% komentar menunjukkan sentimen negatif, dengan emosi *'anger'* sebagai yang paling dominan (22.482 komentar dalam kluster tersebut). Sentimen netral mencakup 13%, dan positif hanya 6%, didominasi oleh emosi *trust* (2.602 komentar). Tagar #IndonesiaGelap, yang muncul sebagai bentuk kekecewaan terhadap kebijakan seperti pemangkasan anggaran, pembatasan elpiji, dan pendirian Danantara, memperoleh lebih dari 13 juta *engagement* di X dan 4 juta di Instagram. Percakapan mencapai puncaknya saat aksi demonstrasi mahasiswa 17 dan 21 Februari 2025.

Tagar ini mencerminkan ketidakpuasan publik yang meluas terhadap berbagai kebijakan pemerintah yang dianggap merugikan kepentingan publik, seperti pemotongan anggaran yang tidak tepat sasaran, pembatasan subsidi energi, pemborosan anggaran, dan pembentukan entitas negara baru yang tidak jelas seperti Danantara. Kebijakan-kebijakan ini tidak hanya memicu frustrasi ekonomi dan sosial, namun juga menimbulkan kekhawatiran serius tentang keadilan ekologis dan komitmen pemerintah terhadap aksi iklim. Bagi banyak orang, #IndonesiaGelap melambangkan lebih dari kegagalan teknis, hal ini mewakili rasa kekecewaan yang lebih luas terhadap tata kelola pemerintahan, demokrasi, dan tanggung jawab lingkungan Indonesia (Yaputra & Hamdi, 2025).

Komunikasi krisis memainkan peran penting dalam membentuk persepsi publik dan juga menjaga kepercayaan selama masa ketidakpastian. Di era digital, media sosial dapat memperkuat krisis, memungkinkan sentimen publik menyebar dengan cepat dan memberikan tekanan besar pada pemerintah untuk merespons secara efektif. Menurut Simon Lindgren dalam *Digital Media & Society* (2017), media sosial mempercepat penyebaran berita karena sifatnya yang interaktif, terhubung, dan penyebarannya yang digerakkan oleh algoritma. Hal ini berarti kemarahan publik, informasi yang salah, dan kritik dapat meningkat dengan cepat, sehingga manajemen krisis menjadi lebih menantang. Pengelolaan krisis yang buruk dapat meningkatkan frustrasi publik, sementara komunikasi yang strategis dan transparan dapat membantu mengurangi kerusakan dan membangun kembali kepercayaan.

Penelitian ini penting untuk dilakukan mengingat Fenomena #IndonesiaGelap telah menjadi topik hangat di media sosial, khususnya platform X (twitter), dalam beberapa minggu terakhir. Isu ini bahkan telah memicu berbagai aksi demonstrasi di sejumlah daerah. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan pemerintah dalam 100 hari pertama masa kepemimpinan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka mendapat perhatian luas dari publik. Namun, Dalam konteks komunikasi krisis, perhatian publik dan media cenderung lebih terpusat pada Presiden Prabowo Subianto. Hal ini dikarenakan pernyataan resmi, wawancara, maupun unggahan media sosial terkait Fenomena #IndonesiaGelap berasal dari Presiden Prabowo secara langsung, sementara Wakil Presiden Gibran relatif minim tampil.

Fenomena Indonesia Gelap sendiri tidak dapat dipahami sebagai satu kasus tunggal, melainkan sebagai kumpulan dari berbagai isu yang disuarakan publik (13 tuntutan demonstrasi Indonesia Gelap). Meskipun demikian, tidak semua isu ini direspons secara langsung oleh Presiden Prabowo. Berdasarkan pemberitaan dari berbagai media, hanya beberapa kasus yang mendapatkan tanggapan eksplisit dari Presiden Prabowo, yakni program Makan Bergizi Gratis (MBG), kritik terhadap struktur Kabinet Merah Putih, serta penggunaan istilah “Indonesia Gelap” itu sendiri sebagai simbol oposisi publik.

Oleh karena itu, fokus penelitian ini diarahkan pada ketiga isu ini, karena selain menjadi sorotan Presiden Prabowo, media, dan juga publik, ketiganya memenuhi karakter krisis menurut kajian komunikasi. Coombs (2021) memperjelas bahwa krisis organisasi adalah peristiwa yang dapat mengancam reputasi, operasional, atau keselamatan publik suatu entitas. Dengan pendekatan ini, respons fenomena Indonesia Gelap dapat dikatakan sebagai sebuah krisis karena peristiwa tersebut menimbulkan tekanan publik yang meluas (demonstrasi di berbagai daerah, dan trending tagar), mengganggu persepsi publik terhadap stabilitas pemerintahan, dan juga operasional (tuntutan untuk merevisi kebijakan dan juga mengurangi anggota Kabinet Merah Putih).

Selain aspek reputasi dan operasional, fenomena Indonesia Gelap juga memiliki dimensi keselamatan publik. Aksi-aksi demonstrasi yang berlangsung di

berbagai kota, terutama dalam periode 22-29 Agustus 2024, dilaporkan mengalami respons dari aparat kepolisian Laporan Amnesty International (2024) mencatat setidaknya 579 orang menjadi korban kekerasan polisi, termasuk penangkapan sewenang-wenang, pemukulan, penggunaan gas air mata, dan tekanan psikologis terhadap mahasiswa aktivis. Bukti-bukti visual dan investigatif menunjukkan bahwa kekerasan ini terjadi secara sistematis dan tidak proporsional, bahkan terhadap demonstran yang damai.

Situasi ini memperkuat klaim bahwa fenomena Indonesia Gelap bukan sekadar isu kebijakan, melainkan krisis yang menyentuh aspek keselamatan publik. Oleh karena itu, respons pemerintah, khususnya Presiden, terhadap isu-isu ini perlu dianalisis sebagai strategi komunikasi krisis, bukan sekadar klarifikasi isu biasa.

Fokus penelitian ini secara eksplisit diarahkan kepada Presiden Prabowo Subianto sebagai individu, bukan sebagai representasi dari keseluruhan administrasi pemerintah. Pendekatan ini merujuk pada pemikiran Arjen Boin (2017), yang menekankan bahwa dalam konteks krisis politik, pemimpin negara bukan hanya kepala pemerintahan, tetapi juga aktor sentral yang membentuk narasi, makna, dan legitimasi publik. Komunikasi krisis politik, menurut Boin, adalah proses dinamis di mana pemimpin berusaha untuk mengendalikan persepsi publik melalui framing, pengambilan keputusan, dan meaning making. Dalam hal ini, Presiden Prabowo berperan langsung sebagai aktor komunikasi krisis, bukan sekadar simbol institusional. Oleh karena itu, penelitian ini menempatkan fokus pada bagaimana Prabowo sebagai individu memaknai krisis, menyampaikan pesan, dan menavigasi tekanan politik dan sosial melalui respons publiknya.

Selain itu, Presiden Prabowo memiliki sejarah politik yang panjang. Berdasarkan data dari Azhari dan Andryanto dalam berita Tempo.co (2023), ia telah mencalonkan diri sebagai presiden atau wakil presiden sebanyak empat kali sejak 2004, sebelum akhirnya terpilih pada 2024. Perjalanannya ini membentuk citra dirinya sebagai sosok yang berambisi, dan pernyataannya saat menjabat menunjukkan tekad besar untuk menjaga kepercayaan rakyat. Mayoritas pernyataan resmi terkait krisis Indonesia Gelap juga datang langsung dari Prabowo, bukan dari wakilnya, sehingga fokus analisis secara empiris diarahkan pada dirinya. Dalam situasi seperti

ini, strategi komunikasi krisis yang digunakan oleh seorang pemimpin negara menjadi hal yang penting untuk dikaji, terutama dalam konteks bagaimana respons tersebut dikomunikasikan kepada masyarakat melalui media.

Penelitian ini memiliki celah penelitian dimana masih sedikit studi yang secara khusus menganalisis strategi respons krisis dari segi pemerintahan secara individu menggunakan pendekatan SCCT.

Penelitian ini menggunakan *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) sebagai kerangka teori utama karena teori ini memberikan panduan normatif tentang strategi komunikasi yang sesuai berdasarkan jenis dan atribusi krisis. SCCT membantu mengklasifikasikan krisis dan mengevaluasi apakah respons yang diberikan sejalan dengan rekomendasi berdasarkan tingkat tanggung jawab yang diasumsikan publik. Teori ini menjadi relevan karena fokus penelitian bertujuan untuk menganalisis kesesuaian strategi komunikasi yang digunakan dengan pendekatan teoritis tersebut.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif, tanpa melakukan wawancara. Data dikumpulkan melalui analisis berita-berita yang merekam pernyataan dan respons Prabowo Subianto terhadap fenomena #IndonesiaGelap. Dengan menggunakan sumber media sebagai data utama, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk strategi komunikasi yang digunakan dan menilai kesesuaiannya dengan klasifikasi strategi dalam SCCT. Pendekatan ini memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap bentuk dan narasi komunikasi krisis yang digunakan oleh tokoh politik dalam menghadapi isu nasional yang sensitif.

1.2 Rumusan Masalah

Selama 100 hari pertama pemerintahan Presiden Prabowo Subianto, sejumlah kebijakan yang diambil telah menjadi sorotan publik dan ramai diperbincangkan, khususnya di media sosial. Beberapa di antaranya bahkan memicu aksi demonstrasi dari berbagai kelompok masyarakat. Dalam situasi seperti ini, strategi komunikasi yang digunakan oleh pemerintah memiliki peran penting untuk menjelaskan kebijakan, merespons kekhawatiran publik, dan menjaga

kepercayaan masyarakat. Oleh karena itu, menarik untuk diteliti bagaimana bentuk respons krisis yang disampaikan oleh Presiden Prabowo Subianto dalam menghadapi fenomena #IndonesiaGelap, serta sejauh mana strategi tersebut disesuaikan dengan rekomendasi dari *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT). Maka penelitian ini menimbulkan pertanyaan yaitu **Bagaimana strategi respons krisis Prabowo Subianto terhadap Fenomena #IndonesiaGelap, dan apakah sesuai dengan rekomendasi teori SCCT?**

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, pertanyaan untuk penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana strategi respons krisis yang digunakan Prabowo Subianto dalam menghadapi Fenomena #IndonesiaGelap?
2. Sejauh mana strategi respons krisis yang digunakan oleh Presiden Prabowo Subianto sesuai dengan rekomendasi strategi yang dianjurkan dalam *Situational Crisis Communication Theory*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian, tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Mengidentifikasi dan mendeskripsikan strategi repons krisis yang digunakan oleh Prabowo Subianto dalam menghadapi krisis Indonesia Gelap.
2. Menganalisis dan mengevaluasi kesesuaian strategi respons krisis tersebut dengan rekomendasi *Situational Crisis Communication Theory*.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini memberikan kontribusi akademis dengan memperkaya kajian dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam ranah komunikasi krisis politik. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif berbasis media dan

mengaplikasikan *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) untuk menganalisis strategi respons krisis seorang aktor politik Indonesia, penelitian ini membuka ruang diskusi baru mengenai penerapan teori SCCT di konteks domestik pasca pemilu. Penelitian ini juga memperluas penggunaan SCCT yang selama ini lebih banyak diterapkan untuk menganalisis institusi atau perusahaan, dengan fokus pada individu tokoh politik. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengeksplorasi dinamika respons krisis dalam dunia politik Indonesia, serta memperkaya literatur mengenai adaptasi teori komunikasi krisis di tengah dinamika politik yang kompleks dan terpolarisasi.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi praktisi komunikasi politik, tim media, atau konsultan komunikasi dalam merancang strategi respons krisis yang lebih efektif dan selaras dengan teori yang telah teruji. Dengan memahami bagaimana kesesuaian strategi respons krisis dengan rekomendasi SCCT dapat berdampak pada persepsi publik, praktisi dapat mengambil pelajaran mengenai pentingnya pemilihan strategi yang tepat saat menghadapi krisis, terutama dalam konteks politik yang sensitif. Penelitian ini juga dapat membantu para juru bicara dan komunikator politik menghindari respons yang kontra-produktif dengan menawarkan wawasan tentang praktik-praktik komunikasi krisis yang sejalan dengan teori.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Dari sisi sosial, penelitian ini berpotensi memberikan manfaat dengan meningkatkan literasi masyarakat terhadap strategi komunikasi krisis yang dilakukan oleh para pemimpin politik. Dengan memahami bentuk dan pola respons krisis yang digunakan, masyarakat dapat lebih kritis dalam menilai pernyataan atau tindakan para tokoh politik saat terjadi krisis. Penelitian ini juga mendorong kesadaran publik mengenai pentingnya transparansi dan akuntabilitas dalam komunikasi politik, yang pada akhirnya dapat memperkuat

budaya demokrasi dan meningkatkan partisipasi publik yang lebih aktif dan informasional dalam proses politik.

1.6 Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa batasan, di antaranya adalah terbatasnya sumber data yang hanya diambil dari analisis berita dan respons publik di satu platform media sosial, tanpa melakukan wawancara atau pengumpulan data primer lainnya. Selain itu, fokus pada satu kasus spesifik, yaitu respons Presiden Prabowo terhadap krisis “Indonesia Gelap”, membatasi generalisasi temuan ke konteks krisis lain atau pemerintahan yang berbeda.

