



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 Masalah

Pemilihan umum merupakan pengakuan dan perwujudan hak-hak politik rakyat dan sekaligus merupakan pendelegasian hak-hak tersebut oleh rakyat kepada wakil-wakilnya untuk menjalankan pemerintahan (Karim, 1991, h. 2). Dalam Undang-Undang No.22 Tahun 2007 tentang penyelenggara pemilu, Bawaslu (2007) menjabarkan pemilihan umum memiliki beragam tingkatan, yakni pemilihan presiden, pemilihan legislatif, dan pemilihan kepala daerah yang secara rutin dilakukan setiap lima tahun sekali.

Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang No. 8 Tahun 2015 mendefinisikan pemilihan kepala daerah (pilkada) sebagai

Pelaksanaan kedaulatan rakyat di wilayah provinsi dan kabupaten/kota untuk memilih Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, serta Walikota dan Wakil Walikota secara langsung dan demokratis.

(DPR RI, 2015)

Pada 2017, DKI Jakarta menggelar pilkada gelombang kedua dalam rangkaian pilkada serentak yang disahkan Presiden Joko Widodo pada 18 Maret 2015 (“Jokowi Sahkan UU Pilkada Serentak”, 2015, para. 1).

Pilkada serentak ini digagas berdasarkan hasil evaluasi pelaksanaan pilkada yang dilakukan secara mandiri oleh tiap daerah. Terdapat inefisiensi dan inefektivitas dalam pelaksanaannya, di mana berbagai isu dan permasalahan dalam pelaksanaan Pilkada pun menimbulkan kerugian yang begitu besar bagi banyak pihak (Sekretariat Presiden RI, 2015, para. 3). Sekretariat Presiden RI Kabinet Kerja

(2015, para. 3-4) melaporkan dalam lamannya bahwa terjadi berbagai isu dan permasalahan pelaksanaan Pilkada yang mencakup mahalannya biaya penyelenggaraan Pilkada, masalah administrasi data pemilih, netralitas penyelenggara pemilu, serta kurangnya kepatuhan partai politik terhadap peraturan yang berlaku.

Kebijakan pemerintah menggelar pelaksanaan pilkada serentak di seluruh provinsi di Indonesia ini diharapkan mampu membawa perubahan ke arah perbaikan di segala aspek kehidupan masyarakat (Putra, 2015, para. 1).

Sejak awal 2016, Basuki Tjahja Purnama atau Ahok dipastikan maju sebagai calon gubernur DKI Jakarta pada Pilkada 2017. Ketua Populi Center Nico Harjanto mengatakan masyarakat Jakarta menilai Ahok masih layak untuk menjadi gubernur pada periode selanjutnya (“Survei Populi: Warga Jakarta` Nilai Ahok Layak Jadi Gubernur Lagi”, 2015, para. 1). Populi Center (2015) merilis hasil survei yang dilakukan kepada 1000 responden di enam wilayah DKI Jakarta tentang kepercayaan warga Jakarta pada Ahok. Hasilnya 70,4 persen masyarakat Jakarta menyatakan puas terhadap kepemimpinan Ahok. Sedangkan 62,7 persen masyarakat Jakarta menilai bahwa Ahok masih layak untuk melanjutkan kepemimpinannya pada periode berikutnya.

Basuki Tjahja Purnama sendiri mulai dikenal ketika menjabat sebagai Wakil Gubernur DKI Jakarta 2012. Kemudian ia diangkat sebagai Gubernur DKI Jakarta menggantikan Joko Widodo yang terpilih sebagai Presiden RI pada 2014. Kini Ahok menjadi calon petahana dalam pemilihan gubernur DKI Jakarta 2017.

Awalnya Ahok memutuskan akan maju sebagai calon gubernur di Pilkada DKI Jakarta 2017 melalui jalur independen. Ahok memiliki banyak pertimbangan dalam pencalonan dirinya melalui jalur independen. Salah satunya karena tidak mau mengecewakan masyarakat yang telah memberikan dukungan bagi dirinya melalui

komunitas Teman Ahok (Romadoni, 2016, para 3-4). Ia juga enggan melakukan negosiasi kursi dengan parpol jika ia terpilih kembali sebagai Gubernur DKI Jakarta (Damarjati, 2016, para.1)

Menurut pasal 39 Undang-Undang No.8 Tahun 2015, pencalonan kepala daerah dan wakil kepala daerah dapat dilakukan melalui dua jalur, yakni melalui partai politik dan independen (DPR RI, 2015). Pada pasal 42 UU Nomor 8 Tahun 2015 tentang Pilkada mengatakan calon perseorangan dapat diajukan secara perseorangan jika mengumpulkan dukungan berupa kartu tanda penduduk (KTP) sebanyak 6,5 hingga 10 persen (Haniy, 2016, para. 5).

Tabel 1.1. Syarat Dukungan Calon Perseorangan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur

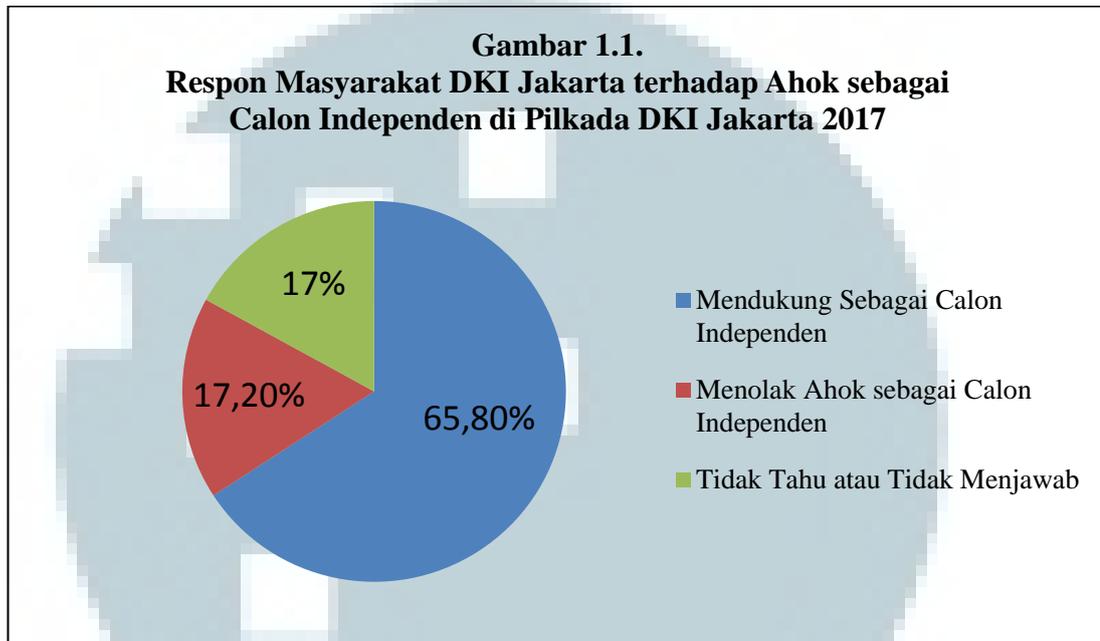
Jumlah Daftar Pemilih Tetap	Minimal Dukungan yang Harus Diperoleh
2.000.000 jiwa	10% minimal dukungan (200.000 dukungan)
2.000.000 – 6.000.000 jiwa	8,5% minimal dukungan (170.000 – 510.000 dukungan)
6.000.000 – 12.000.000 jiwa	7,5% minimal dukungan (450.000 – 900.000 dukungan)
>12.000.000 jiwa	6,5% minimal dukungan (>780.000 dukungan)

Sumber: DPR RI

DKI Jakarta sendiri memiliki jumlah daftar pemilih tetap (DPT) dalam Pilkada 2012 sebesar 6.996.951. Itu artinya sepasang bakal calon yang ingin mengajukan diri sebagai calon gubernur dan calon wakil gubernur pada Pilkada DKI 2017 melalui jalur independen, harus memiliki dukungan minimal sebesar 7,5% atau sekitar 525.000 KTP (Haniy, 2016, para. 6).

Keputusan Ahok untuk maju di Pilkada DKI Jakarta 2017 melalui jalur independen direspon positif oleh sejumlah masyarakat. Berdasarkan survei yang

dilakukan oleh Populi Center (2016) terhadap 400 responden, sebanyak 65,8 persen warga DKI Jakarta mendukung Ahok maju di Pilkada DKI Jakarta sebagai calon independen. 17,2 persen menolak dan 17 persen memilih tidak tahu atau tidak menjawab.



Sumber: Populi Center

Hasil survei tersebut dipengaruhi oleh tindakan sebuah komunitas bernama Teman Ahok yang sukarela mengumpulkan KTP warga DKI bagi Ahok sebagai syarat maju di jalur independen (Putra, 2016, para. 2).

Teman Ahok merupakan sekumpulan relawan yang siap mendukung Ahok dalam Pilkada DKI Jakarta 2017. Para pendirinya sendiri merupakan bekas relawan Jakarta Baru yang mendukung Joko Widodo dan Ahok pada Pilkada DKI Jakarta 2012. Mereka menginginkan Jakarta yang bersih, maju dan manusiawi bersama Ahok ("About Us, 2015, para. 1). Komunitas nonprofit ini mulai dikenal masyarakat melalui salah satu kegiatannya, yakni pengumpulan sejuta KTP warga DKI Jakarta.

Berbagai upaya dilakukan Teman Ahok agar sejuta KTP warga DKI Jakarta bisa terwujud. Teman Ahok membuka posko pengumpulan KTP di rumah warga dan

juga berbagai *mall* di Jakarta. Hal ini mempermudah warga untuk mengumpulkan KTP dengan bantuan para relawan yang berjaga di posko tersebut. Posko Teman Ahok ini menjadi perpanjangan tangan pengumpulan KTP secara langsung yang didirikan di setiap kelurahan (Rudi, 2015, para. 2).

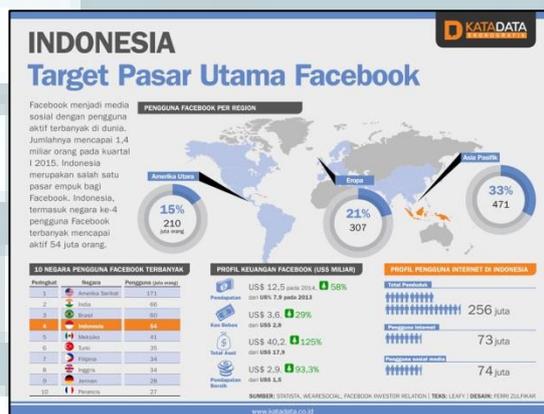
Selain membuka berbagai posko di Jakarta, Teman Ahok juga memanfaatkan media sosial untuk pengumpulan KTP. Menurut juru bicara Teman Ahok, Amalia Ayuningtyas, relawan menggunakan media sosial untuk mengajak warga DKI Jakarta untuk mengumpulkan KTP dengan menyebarkan video dan poster sebagai bentuk dukungan melalui media sosial (Hernawan dan Armindya, 2015, para. 2). Pengumpulan KTP sebagai bentuk dukungan tak hanya diupayakan oleh Teman Ahok. Melalui instagram pribadinya, Ahok sendiri pun juga menghimbau warga DKI Jakarta untuk mengumpulkan KTP hanya melalui Teman Ahok (Kami, 2016, para. 2). Sehingga proses verifikasi menjadi lebih mudah untuk dilakukan.

Pengguna media sosial di Indonesia pada 2015 cukup tinggi. Berdasarkan data yang dipublikasikan We Are Social menunjukkan bahwa pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 72 juta pengguna (Wijaya, 2015, para. 2). Facebook menjadi media sosial yang paling banyak digunakan dengan jumlah pengguna 14% dari total jumlah pengguna aktif media sosial. Menyusul Twitter dan Instagram dengan jumlah pengguna masing-masing 11% dan 7%.

Perkembangan teknologi media baru dipandang Morissan (2015, h. 4) sebagai fasilitas dan cara baru untuk melakukan mobilisasi sumber daya. Internet membawa masyarakat secara bersama-sama ke dalam suatu desa global untuk melakukan aksi bersama. Seperti yang terjadi pada kasus Prita Mulyasari dengan Rumah Sakit Omni International. Apa yang Prita alami disebarakan melalui Facebook dan mendorong terbentuknya gerakan “Koin untuk Prita” (Susilo, 2010, para. 2).

Hal yang sama juga terjadi pada Teman Ahok, di mana media sosial menghasilkan gerakan sejuta KTP untuk pencalonan Ahok di Pilkada DKI Jakarta 2017 melalui jalur independen. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengambil Facebook sebagai media sosial yang diteliti dalam strategi komunikasi politik yang dilakukan Teman Ahok dalam mobilisasi Dukungan KTP. Facebook dipilih karena berdasarkan data dari Kata Data, pengguna Facebook di Indonesia mencapai 54 juta pengguna atau 21% dari total populasi penduduk Indonesia. Data tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara keempat pengguna Facebook terbanyak dari jumlah persentase. (“Indonesia, Target Pasar Utama Facebook, 2015, para. 1).

Gambar 1.2 Data Pengguna Facebook di Indonesia pada 2015



sumber: katadata.com

Dengan jumlah pengguna tersebut, membuat Facebook memiliki pasar yang potensial bagi Teman Ahok untuk melaksanakan strategi komunikasi politik dalam mobilisasi dukungan KTP.

Aktivitas pengumpulan KTP ini menjadi warna baru dari pelaksanaan kampanye, terutama dalam prapilkada DKI Jakarta 2017. Pengumpulan KTP warga DKI Jakarta yang menjadi kegiatan utama sebelum pilkada DKI Jakarta 2017 dimulai, mematahkan pola kampanye lama. Heryanto dan Rumaru (2013, h. 24) menjelaskan bahwa pola kampanye lama sudah tidak efektif karena hanya berjangka

pendek dan menjadi bumerang bila setiap janji yang diutarakan selama kampanye tidak berjalan.

Menurut Kotler dan Roberto (dikutip dalam Cangara, 2009, h. 284) kampanye merupakan upaya yang dilakukan oleh satu kelompok (agen perubahan) yang ditujukan untuk memersuasi target sasaran agar bisa menerima, memodifikasi, atau membuang ide, sikap, dan perilaku tertentu. Kampanye tidak terpaku hanya pada kampanye politik saja, melainkan banyak jenis kampanye yang sering dilakukan oleh berbagai organisasi, di antaranya adalah *product-oriented campaign*, *social exchange campaign*, dan *political campaign*. *Political campaign* sendiri berorientasi pada calon (kandidat) untuk kepentingan kampanye politik (Arifin, 2011, h. 153).

Arifin (2011, h. 244) mendefinisikan kampanye politik sebagai bentuk aplikasi komunikasi politik yang dilakukan seseorang, sekelompok orang, atau organisasi politik untuk membentuk dan membina citra dan opini publik yang positif, agar terpilih dalam suatu pemilihan umum.

Menurut Lock dan Harris (dikutip dalam Heryanto dan Rumar, 2013, h. 25) dalam kampanye terdapat dua hubungan yang akan dibangun, yaitu internal dan eksternal. Dalam hubungan internal terdapat suatu proses antaranggota untuk memperkuat ikatan ideologis dan identitas mereka. Sedangkan dalam hubungan eksternal dilakukan untuk mengkomunikasikan *image* yang akan dibangun kepada pihak luar, termasuk media massa dan masyarakat luas. Teman Ahok sendiri hubungan eksternal dengan masyarakat melalui media sosial dan posko yang dibuka Teman Ahok di berbagai wilayah di Jakarta.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti tidak akan mengarahkan penelitian ini pada penyebab terbentuknya Teman Ahok. Melainkan lebih fokus pada strategi

media sosial, khususnya Facebook, dalam strategi komunikasi politik yang dilakukan Teman Ahok pada kegiatan mobilisasi dukungan KTP. Penelitian ini terbatas ketika Ahok masih memutuskan untuk maju di Pilkada DKI Jakarta 2017 melalui jalur independen. Penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan karena kemunculan Teman Ahok merupakan fenomena yang unik dan berbeda, di mana voluntarisme Teman Ahok muncul ketika komunikasi politik berjalan dalam ranah profesionalisme. Selain itu, fenomena Teman Ahok dipilih sebagai kasus dalam penelitian ini karena Teman Ahok bergerak secara independen oleh masyarakat tanpa ada ikatan dengan partai politik.

Teman Ahok berhasil mengumpulkan sejuta KTP sebagai bentuk aksi kolektif dari strategi media komunikasi politik yang dilakukan Teman Ahok. Pengamat politik Universitas Gajah Mada, Arie Sudjito menilai bahwa fenomena ini menunjukkan bahwa masyarakat sipil jauh lebih perkasa dalam mengorganisir dan memobilisasi dukungan (Batubara, 2016, para. 3).

Kegiatan menjaring dukungan ini juga dinilai sebagai bagian dari strategi mobilisasi dukungan bagi Ahok yang dibentuk oleh konsultan politik Ahok dengan membentuk jaringan relawan secara masif dan sistematis. Pembentukan jaringan relawan Teman Ahok secara sistematis yang dilakukan tim konsultan politik Ahok sangat efektif untuk memobilisasi dukungan. Konsultan politik dari Lembaga Konsultan Politik Indonesia, Syamsu Rizal, menjelaskan bahwa jaringan seperti ini merupakan strategi serangan darat yang lazim digunakan konsultan politik dalam pilkada (“Ini Loh Jumlah Dana yang Dibutuhkan untuk Teman Ahok”, 2016, para. 9).

Mobilisasi politik bertujuan untuk menjangkau jumlah pemilih secara luas agar mereka tergerak untuk memberikan suara mereka (Karp dan Banducci, 2007, h.

219). Huntington (dikutip dalam Nugroho, 2011, h. 204) mengatakan bahwa di negara berkembang, aktivitas mobilisasi politik dipegang kuat oleh partai politik. Namun nyatanya kini aktivitas mobilisasi politik tak hanya digerakkan oleh partai politik, melainkan gerakan masyarakat pun bisa melakukan aktivitas mobilisasi dukungan melalui komunikasi politik.

Adanya strategi komunikasi politik yang dilakukan komunitas ini melalui Facebook dalam mobilisasi dukungan KTP membuat peneliti tertarik melakukan penelitian dengan mengangkat topik “Strategi Komunikasi Politik Teman Ahok dalam Prapilkada DKI Jakarta 2017 (Studi Kasus Penggunaan Facebook dalam Mobilisasi Dukungan Pengumpulan KTP)”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dapat disimpulkan adalah bagaimana strategi komunikasi politik Teman Ahok dalam memobilisasi dukungan KTP melalui Facebook?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi politik Teman Ahok dalam memobilisasi dukungan KTP melalui Facebook.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Akademis

Bagi lembaga atau instansi pendidikan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang membangun guna meningkatkan kualitas lembaga

pendidikan yang ada. Penelitian ini pun diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi kajian ilmu komunikasi politik dengan pemaparan gambaran konsep dan analisis strategi penggunaan Facebook dalam komunikasi politik.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini pun diharapkan mampu memberikan kontribusi sebagai sumber pengetahuan dan inspirasi untuk membangun gerakan sejenis Teman Ahok. Mengingat bahwa masyarakat Indonesia sudah memiliki literasi politik yang cukup baik, sehingga bukan tidak mungkin akan muncul gerakan masif seperti ini.

UMMN