

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia telah menggelar pemilihan umum (pemilu) presiden dan wakil presiden secara serentak pada 14 Februari 2024. Kandidat yang terdaftar berdasarkan penetapan Komisi Pemilihan Umum (KPU) pada Senin, 13 November 2023 adalah pasangan nomor urut satu, Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar; pasangan nomor urut dua, Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming; serta pasangan nomor urut tiga, Ganjar Pranowo dan Mahfud MD.

Pemilu 2024 ini telah menciptakan beragam wacana yang tersebar luas di kalangan masyarakat, melalui platform digital dan diskusi publik secara langsung. Secara kontesktual wacana berisi tentang ide, gagasan, atau konsep tertentu (Eriyanto, 2022: 3). Salah satu wacana yang populer pada awal bulan Januari adalah "nazar pemilu". Wacana ini berkembang dalam bentuk aktivisme digital yaitu tagar yang diproduksi oleh media sosial. Tagar #nazarpemilu ini menjadi populer di platform X (Twitter) pada tanggal 6 Januari 2024. Secara umum, tagar ini memberikan platform bagi pendukung pasangan calon presiden dan wakil presiden 2024 untuk mengemukakan janji-janji mereka jika pasangan calon yang mereka dukung berhasil memenangkan pemilu.

Peneliti mengamati bahwa isu ini semakin menarik perhatian dalam konteks dinamika politik Indonesia, yang sering kali diwarnai oleh perbedaan pendapat yang tajam antara kelompok-kelompok politik. Fenomena "nazar pemilu" ini jarang terjadi, di mana biasanya pasangan calon yang membuat janji atau nazar kepada pendukungnya. Namun, dalam kasus ini, pendukung yang

bersedia memberikan sesuatu jika pasangan calon tertentu menang atau kalah, menandakan adanya perubahan pola interaksi politik.

Fenomena ini relevan dengan dinamika politik pada tahun 2024, di mana kontestasi semakin ketat dan terpolarisasi, terutama dengan munculnya tiga kandidat utama yang bersaing secara intens. Dalam kondisi seperti ini, "nazar pemilu" muncul sebagai cara bagi pendukung untuk mengekspresikan keterlibatan politik mereka dengan lebih simbolis.

#NazarPemilu ini dapat dipahami sebagai respons terhadap ketidakpastian dan kompleksitas proses pemilu, sekaligus mencerminkan bagaimana pendukung mencari cara untuk menunjukkan dukungan dan harapan mereka dalam situasi politik yang tidak menentu. Tingginya partisipasi pemilih yang mencapai 81,93% pada Pemilu 2019 (Komisi Pemilihan Umum, 2019) menunjukkan bahwa masyarakat semakin antusias dan terlibat dalam proses demokrasi, dengan kepercayaan terhadap calon yang mereka dukung menjadi faktor penting dalam membentuk opini dan tindakan politik, termasuk dalam bentuk nazar.

Untuk memahami lebih dalam fenomena ini, penelitian ini mengumpulkan data dari percakapan di media sosial X yang berkaitan dengan #nazarpemilu pada dua periode, yaitu 6-9 Januari 2024 dan 1 Februari-31 Maret 2024. Pemilihan dua periode tersebut didasarkan pada dua alasan utama. Pertama, periode 6-9 Januari 2024 merupakan momen ketika tagar "nazar pemilu" pertama kali menjadi tren selama tiga hari berturut-turut sebelum hasil pemilu diumumkan. Kedua, periode 1 Februari-31 Maret 2024 dipilih untuk mengamati bagaimana dinamika percakapan berubah setelah hasil pemilu keluar dan posisi koalisi aktor mulai mengalami pergeseran.

Terdapat asumsi bahwa isu #nazarpemilu ini dipopulerkan oleh pendukung pasangan calon nomor 01 untuk menggerakkan dukungan dan menciptakan narasi tertentu di ruang publik. Lanskap politik Indonesia saat ini ditandai oleh perpecahan yang signifikan antara kelompok pendukung calon, yang diperparah oleh peran media sosial dalam memperkuat sentimen politik dan menyebarkan informasi yang bersifat partisan (Setiawan, 2021). Dengan asumsi ini, perbincangan terkait #nazarpemilu mencerminkan dinamika kepercayaan yang sangat personal dan emosional, serta strategi komunikasi politik yang cermat dari kelompok pendukung untuk mempengaruhi persepsi publik dalam konteks digital.

Analisis data dari Drone Emprit pada tanggal 6 Januari, yang disajikan melalui *website* katadata.co, menemukan ragam nazar yang bervariasi terkait dengan tagar #nazarpemilu, dengan jumlah *tweet* mencapai 49.562 pada tanggal tersebut. *Hashtag* ini mulai muncul pada pukul 06.00 dan mencapai puncaknya pada pukul 19.00 WIB. Selama pengamatan, gerakan nazar pemilu dominan berasal dari pendukung pasangan calon presiden dan wakil presiden nomor urut 1, Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar alias Cak Imin. Dari total 6.432 cuitan yang mengandung kata kunci tersebut, sekitar 78% atau sebanyak 4.990 cuitan menyatakan nazar 'Jika 01 menang'. Sementara itu, 22% warganet mengungkapkan harapan 'Jika 02 kalah', dengan total 1.442 cuitan.

Melalui akun pribadinya @ismailfahmi, pendiri *Artificial Intelligence* (AI) Drone Emprit yang merupakan alat monitor percakapan netizen di media sosial menjelaskan bahwa dinamika #nazarpemilu dapat dikelompokkan ke dalam dua kategori utama yaitu harapan optimis terhadap kemenangan (menang) dan harapan negatif terhadap kekalahan (kalah) pasangan calon. Kata "menang" mencerminkan

harapan dan optimisme pendukung, sementara "kalah" mengindikasikan harapan negatif terhadap suatu pasangan calon.

Pengguna tagar #nazarpemilu menyatakan nazar mereka dengan keyakinan bahwa pasangan calon yang mereka dukung akan memenangkan pemilihan. Sebaliknya, pengguna yang menyatakan nazar terkait "kalah" menunjukkan ketidaksetujuan terhadap pasangan calon tertentu, mereka bersedia mengambil tindakan jika paslon yang didukung kalah atau tidak terpilih sebagai presiden. Dengan demikian, melalui dinamika kata "menang" dan "kalah" dalam #nazarpemilu, masyarakat mengekspresikan dukungan atau ketidaksetujuan terhadap pasangan calon melalui harapan dan nazar mereka.

Tagar #nazarpemilu ini muncul pada pagi hari tanggal 6 Januari 2024, diawali oleh cuitan dari berbagai akun yang menyatakan janji atau nazar mereka jika pasangan Anies-Imin menang dalam pemilu. Akun @primawansatrio berjanji untuk memberikan konsultasi karir gratis, @selamatinaja menawarkan mentoring beasiswa, @AbuHanifa40 akan membagikan paket sembako, dan @Iqbalsaputra, seorang pengemudi ojek *online*, berjanji menggratiskan ongkos ojeknya selama sehari. Beberapa warganet lainnya berjanji untuk mentraktir umrah (@agusudarmansyah) dan mewakafkan tanah untuk masjid (@satrialingkar). Awalnya, tagar ini didominasi oleh para profesional di sektor formal, tetapi kemudian meluas ke berbagai lapisan masyarakat, termasuk pengusaha, pengemudi ojek *online*, dan individu yang berniat berkontribusi dalam berbagai bentuk.

Pada periode kedua, mulai Februari hingga Maret 2024, tagar ini semakin banyak digunakan untuk menyatakan nazar dalam bentuk aksi nyata. Beberapa

warganet membagikan dokumentasi sedekah yang telah mereka lakukan, seperti pengguna yang menyalurkan bantuan sembako atau mendanai kegiatan sosial. Selain itu, #nazarpemilu juga menjadi ajang solidaritas, dengan beberapa akun mengajak orang lain untuk ikut serta dalam nazar kolektif. Misalnya, @Gojekmilitan menginisiasi penggalangan dana untuk membantu para pengemudi ojek yang ingin berpartisipasi dalam nazar mereka.

Hastag #nazarpemilu ini tidak hanya menarik respons dari netizen di aplikasi X, tapi juga menarik perhatian politisi dan pengamat politik. Direktur Eksekutif Demos *Institute*, Ade Reza Hariyadi, dalam wawancaranya bersama *alinea.id* menyatakan bahwa jika gerakan #nazarpemilu berkembang secara alami, ini menandai pola baru dalam partisipasi politik di Indonesia dan menunjukkan peningkatan otonomi politik di kalangan pemilih. Hal ini menyoroti fakta bahwa keterlibatan masyarakat dalam pemilu biasanya tidak bersifat sukarela, karena partisipasi masyarakat yang cenderung masih rendah dalam politik, sebagaimana terlihat dari data tingginya angka *swing voters* pada Pemilu 2024 yang mencapai 22,9% (SMRC, 2024).

Demokrasi bisa dijaga dan dipertahankan karena adanya partisipasi aktif dari warga negara dalam urusan kewarganegaraan. Partisipasi aktif mereka dalam politik sangat bergantung pada ketersediaan informasi dan media massa sebagai saluran atau media yang paling efektif untuk menyebarkan informasi tersebut. Partisipasi politik adalah kegiatan seseorang atau sekelompok orang untuk ikut serta secara aktif dalam kehidupan politik dengan jalan memilih pemimpin negara dan secara langsung atau tidak langsung memengaruhi kebijakan negara (Firman, 2021).

Sebagian besar komunikasi, baik lisan maupun tertulis, terdiri dari rangkaian tindakan kompleks yang membentuk "pesan" atau "wacana". Keinginan atau tuntutan masyarakat yang beragam perlu disampaikan dengan jelas. Untuk itu, diperlukan saluran atau media yang dapat menyampaikan pesan-pesan tersebut. Media massa menjadi saluran komunikasi politik yang sering digunakan untuk tujuan ini. Hal ini disebabkan oleh kemampuan media massa untuk menyebarkan pesan-pesan (informasi dan citra) secara luas dan menjangkau *audiens* yang beragam, jauh, dan tersebar luas.

Media sosial, terutama X yang sering disebut sebagai Twitter, merupakan platform media massa yang dipilih oleh banyak individu untuk berkomunikasi. Berdasarkan data dari Katadata, pengguna X yang berpendidikan menengah atas dominan (49%), dengan mayoritas pengguna yang memiliki gelar sarjana, magister, atau doktor (41%). Kelompok ini, terutama dari kalangan pendidikan menengah dan atas, cenderung terinformasi, memiliki memori politik yang kuat, dan menunjukkan pemikiran rasional serta kritis terhadap situasi sosial politik. Penggunaan tagar adalah salah satu metode yang paling umum dan dikenal luas untuk berpartisipasi dalam aktivisme kolektif online karena berfungsi sebagai sistem pengindeksan di media sosial, khususnya di X, yang memfasilitasi pengambilan informasi dengan cepat (Ikhsan, 2022: 305).

Sebagai upaya untuk memicu diskusi, aktivisme merupakan salah satu cara untuk mengutarakan pendapat atau isu tertentu. Dengan perkembangan internet, aktivisme telah berkembang menjadi aktivisme digital atau e-aktivisme, di mana internet digunakan untuk berkomunikasi, menggalang kampanye, dan memobilisasi isu-isu sosial (Zahira & Hermanadi, 2021: 1-2). Dalam konteks ini,

#nazarpemilu menunjukkan bagaimana warganet menggunakan teknologi digital untuk memperjuangkan dominasi pendapat atau opini mereka dalam pertarungan wacana.

Teori *Advocacy Coalition Framework* (ACF) digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis dinamika koalisi antara aktor-aktor dalam #nazarpemilu, dengan fokus pada bagaimana kepercayaan mereka memengaruhi perdebatan publik dan kebijakan terkait. ACF menawarkan kerangka untuk memahami bagaimana aktor-aktor yang memiliki keyakinan atau nilai yang sama bergabung dalam koalisi untuk memengaruhi proses pembuatan kebijakan. Peneliti menggunakan teori ini untuk mengidentifikasi bagaimana wacana tentang #nazarpemilu berkembang pada level mikro (interaksi individu dan kelompok kecil), meso (dinamika antarorganisasi atau kelompok), dan makro (perubahan kebijakan di tingkat nasional). Dengan demikian, ACF membantu membedah bagaimana aktor-aktor dengan kepercayaan yang mirip bekerja sama dan bersaing dengan koalisi yang memiliki pandangan berlawanan, untuk melihat bagaimana pertarungan wacana ini dapat memengaruhi kebijakan publik di Indonesia (Eriyanto, 2022: 10).

Untuk menganalisis wacana dan jaringan komunikasi, serta pertarungan wacana aktor yang terjadi dalam tagar #nazarpemilu di Media Sosial X, peneliti menggunakan Metode *Discourse Network Analysis* (DNA). Metode ini digunakan untuk mengamati posisi, persetujuan, dan konflik aktor terkait dengan sebuah debat publik. Ketika suatu isu menjadi subjek perdebatan publik, aktor menyampaikan pendapat mereka terkait dengan isu tersebut. Aktor-aktor ini berusaha untuk memperjuangkan dominasi gagasan dan pendapat mereka. Dalam

konteks debat publik, aktor-aktor tidak hanya mengungkapkan pandangan mereka, tetapi juga berkompetisi untuk memastikan bahwa gagasan atau argumen yang mereka sampaikan menjadi yang dominan (Eriyanto, 2022: 6-7).

Analisis wacana menggambarkan gagasan dan ide yang berkembang serta digunakan untuk memahami ide, argumentasi, dan konsep dalam suatu isu. Metode wacana memungkinkan kita untuk memahami bagaimana isu dibentuk dan didesain dengan cara tertentu, membentuk jaringan komunikasi. Sementara analisis jaringan menggambarkan posisi aktor dalam jaringan, dengan hubungan antara aktor direpresentasikan oleh *link* atau relasi. Metode jaringan membantu kita menjawab siapa aktor yang terlibat dalam suatu isu, bagaimana interaksi antara mereka, dan siapa yang memiliki peran dominan dalam aktivisme digital #nazarpemilu.

Melalui penggunaan metode DNA, peneliti dapat menjelaskan hubungan antara analisis wacana dan jaringan, dengan fokus pada hubungan antara aktor yang terlibat dalam wacana. Metode DNA juga memungkinkan identifikasi kesepakatan dan pertentangan antara aktor, serta memetakan posisi mereka dalam wacana, apakah mereka mendukung atau menentang isu tertentu dalam #nazarpemilu.

Menilik penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Iqbal Khatami pada tahun 2022 mengenai “*Discourse Network Analysis (DNA): Aktivisme Digital dalam Perdebatan Isu “Presiden Tiga Periode” di Twitter*”, memperlihatkan kajian mengenai isu "Presiden Tiga Periode" di Twitter dengan fokus pada memahami apakah perdebatan tersebut muncul secara organik atau dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu. Penelitian juga menganalisis pola

komunikasi dari aktivisme digital yang terjadi di dalam ruang digital. Dengan penggunaan metode yang sama yaitu DNA, penelitian ini menunjukkan hasil perdebatan di media sosial didominasi oleh akun anonim dengan banyak pengikut. Fokus utama perdebatan adalah kontra-narasi antara pendukung pemerintah, yang melihat isu ini sebagai upaya oposisi, dan oposisi, yang menafsirkannya sebagai rencana pemerintah. Implikasi penelitian ini menggambarkan keterkaitan antara aktor, akun, tagar, dan persebaran *tweet* yang terlihat dalam *sociogram*.

Melalui hal ini, peneliti merasa penting untuk membahas lebih dalam mengenai jaringan dan koalisi aktor yang terjadi dalam tagar #nazarpemilu. Penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam memetakan wacana yang berkembang terkait dengan nazar pemilu, yang diasumsikan memengaruhi partisipasi politik masyarakat. Penelitian ini akan menghubungkan konsep partisipasi politik itu sendiri dengan wacana tersebut, untuk melihat dampak dari wacana kontroversial yang melibatkan banyak aktor, seperti masyarakat, pakar politik, dan elit politik yang memiliki kekuasaan untuk memengaruhi kebijakan publik.

Penelitian ini menggunakan metode *Discourse Network Analysis* (DNA) untuk menjawab pertanyaan tersebut. Metode DNA digunakan ketika suatu isu memiliki pro dan kontra, perjanjian dan ketidaksepakatan, dan didiskusikan secara terbuka oleh publik sesuai dengan permasalahan yang terjadi pada isu #nazarpemilu. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul "***Discourse Network Analysis* Pada Aktivisme Digital #nazarpemilu Di Media Sosial X Periode 6-9 Januari 2024 dan 1 Februari-31 Maret 2024.**"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti menarik rumusan masalah pada penelitian ini adalah: “Bagaimana koalisi yang terbentuk antar aktor dan perubahan posisi koalisi aktor pada aktivisme digital #nazarpemilu di media sosial X periode 6-9 Januari 2024 dan 1 Februari-31 Maret 2024?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis jaringan koalisi yang terbentuk antar aktor pendukung, penolak, dan perubahan posisi koalisi aktor pada #nazarpemilu di media sosial X.
2. Untuk menganalisis relasi dan interaksi antar aktor dari jaringan aktor yang terbentuk pada #nazarpemilu di media sosial X.
3. Untuk menganalisis relasi antar wacana dari jaringan wacana yang terbentuk pada #nazarpemilu di media sosial X.
4. Untuk menganalisis partisipasi politik masyarakat Indonesia yang terbentuk dari jaringan afiliasi pada #nazarpemilu di media sosial X.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini nantinya dapat memberikan manfaat, diantaranya untuk:

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Memperdalam wawasan khususnya mengenai aktivisme digital dalam sebuah isu di media sosial dengan menggunakan metode DNA.
2. Memperkaya pengetahuan dalam kajian ilmu komunikasi yang menganalisis teks wacana dan jaringan pada media sosial.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Sebagai bahan informasi dan pengetahuan kepada masyarakat tentang wacana dan jaringan pada #nazarpemilu.
2. Membantu pembuat kebijakan, praktisi media digital, atau pemangku kepentingan terkait isu politik terkhususnya #nazarpemilu dalam memahami dan merespons dinamika sosial di media sosial khususnya X.

