

## Konstruksi Aspek-Aspek Populisme Aktor Politik pada Media *Online* melalui Perspektif Identitas Sosial

Kimberley Adonia Gunawan<sup>1</sup>, Sinta Paramita<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta  
Email: kimberley.915200050@stu.untar.ac.id

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta\*  
Email: sintap@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 10-10-2023, revisi tanggal : 15-11-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal : 13-01-2024

---

### **Abstract**

*According to researchers from the Indonesian Institute of Sciences, the 2017 DKI Jakarta Governor election was the worst election in the history of Indonesian democracy. The impact of the gubernatorial election caused polarization in the community which was delivered by the practice of populism by the political actors involved during the campaign period. Populism is present as a political rhetorical strategy that is able to build sentiment comparisons in the public by building a class comparison between "the people" and "the elite". The focus of this research is to analyze the types of populism strategies used by the political actors involved. The method used in this research is Norman Fairclough's critical discourse analysis with a qualitative approach. The analysis and study in this research are constructed from the theory of Social Identity by Henri Tajfel through three processes namely social grouping, social identification, and social comparison. The results of this study show the aspects that are highlighted from the implementation of populism by the two political actors involved and the types of populism strategies they implement. It was concluded that Basuki Tjahja Purnama or Ahok implemented technocratic populism and Anies Rasyid Baswedan implemented social (democratic) populism in his campaign process.*

**Keywords:** campaign, online media, politics, populism

### **Abstrak**

Menurut peneliti dari Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia, pemilihan Gubernur DKI Jakarta tahun 2017 merupakan pemilu terburuk dalam sejarah demokrasi Indonesia. Dampak dari Pilgub menimbulkan polarisasi di masyarakat yang dihantarkan oleh praktik populisme oleh para aktor politik yang terlibat pada masa kampanye. Populisme hadir sebagai sebuah strategi retorika politik yang mampu membangun perbandingan sentimen di publik dengan membangun kelas perbandingan antara "rakyat" dan "elit". Fokus dari penelitian ini adalah menganalisis jenis strategi populisme yang digunakan oleh para aktor politik yang terlibat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis wacana kritis Norman Fairclough dengan pendekatan kualitatif. Analisis dan kajian dalam penelitian ini dikonstruksi dari teori Identitas Sosial oleh Henri Tajfel melalui tiga proses yaitu pengelompokan sosial, identifikasi sosial, dan perbandingan sosial. Hasil dari penelitian ini menunjukkan aspek – aspek yang ditonjolkan dari implementasi populisme oleh dua aktor politik yang terlibat serta jenis strategi populisme yang diimplementasikannya. Basuki Tjahja Purnama atau Ahok mengimplementasikan populisme teknokratik dan Anies Rasyid Baswedan mengimplementasikan populisme sosial (demokratik) dalam proses kampanyenya.

**Kata Kunci:** kampanye, media daring, politik, populisme

## 1. Pendahuluan

Pemilihan Gubernur DKI Jakarta Tahun 2017 kerap dilabeli sebagai pemilihan umum terburuk sepanjang sejarah demokrasi di Indonesia. Hal ini didukung oleh pernyataan pakar politik Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), Siti Zahro Zuhro bahwa Pilkada DKI Jakarta 2017 merupakan pilkada terburuk karena didominasi oleh politisasi SARA (Ridhoi, 2017). Salah satu unsur yang memiliki peran utama dalam fenomena ini adalah aktor politik. Aktor politik merupakan elemen dasar dalam proses pembentukan opini publik (Shahreza, 2018). Dengan berbagai strategi retorika dan narasi yang dibentuk oleh aktor politik, mereka mampu menciptakan gejolak di masyarakat dan dinamika sosial. Hal ini mendukung fakta bahwa kesuksesan politik di abad ke – 21 tidak lepas dari metode populisme yang digunakan oleh aktor politik melalui pendekatan retorika hingga propaganda (Tan, 2020).

Berkaca pada peristiwa Pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta tahun 2017, akibat keterlibatan populisme maka masyarakat berhasil terpolarisasi. Hal ini didukung dengan oleh pernyataan dari Zuhro bahwa Pilkada DKI Jakarta 2017 merupakan pilkada terburuk karena didominasi oleh politisasi SARA (Ridhoi, 2017). Selain itu, berdasarkan data yang dipaparkan oleh Lembaga Survei Indonesia berjudul “Menegaskan dan Memperbarui Demokrasi Pancasila”, didapatkan hasil bahwa 1.200 responden mengakui polarisasi sudah mengindikasikan Pilgub DKI Jakarta tahun itu (Rezkisari, 2017). Gejolak masyarakat mulai terbangun akibat polarisasi pada masa itu, hal ini dibuktikan dengan fakta bahwa 72,5% responden dari survei tersebut merasa khawatir dan tidak nyaman atas kondisi dinamika politik yang terjadi (Rezkisari, 2017). Dampak polarisasi ini semakin dirasakan, jelang pemilihan umum tahun 2024 mendatang. Polarisasi kerap menimbulkan kekhawatiran serta polemik yang mengancam persatuan dengan berkepanjangan, khususnya di masa kampanye.

Menurut Kompas.com, sebanyak 49,3% dan 18,8% masyarakat dalam survei Litbang Kompas merasa khawatir akan penggunaan metode kampanye aktor politik yang mengancam persatuan rakyat (Ramadhan & Sentosa, 2023). Melalui jbaran data ini, peneliti menyoroti bahwa Pilkada DKI Jakarta 2017 adalah salah satu bentuk implementasi dari metode populisme yang perlu dikaji dalam sebuah penelitian untuk mendapatkan bentuk strategi yang diimplementasikan oleh aktor pada masa tersebut. Sehingga pada masa mendatang, penelitian ini mampu menyajikan gambaran populisme kepada masyarakat.

Menurut Hefner (2007), populisme dipandang sebagai sebuah metode retorika politik yang menitikberatkan keabsahan dan kepentingan politik berlandas pada rakyat, dengan mengkonstruksi bahwa para pihak dominan merupakan pihak yang korup dan pihak non-dominan adalah rakyat tertindas. Populisme mampu menyebabkan polarisasi dalam masyarakat karena metodenya yang cenderung membagi masyarakat menjadi dua pihak, yaitu masyarakat elit-dominan dan masyarakat tertindas (Ardipandanto, 2020). Aktor populisme seringkali menempatkan dirinya sebagai reforman yang akan membawa reformasi menentang keberadaan para elit korup dan memposisikan diri pada pihak rakyat yang lemah.

Terdapat aspek - aspek yang mendukung faktor keberhasilan populisme di Indonesia, yaitu adanya *gap* pada kebijakan demokrasi yang ambigu, terlebih dalam kebebasan pendapat dan kritik. Dengan ini aktor politik dapat dengan mudah menginjeksi populisme dengan dalil kebebasan pendapat dan opini publik (Hilmy,

2020). Media massa juga berperan sebagai perpanjangan tangan dari narasi populisme oleh aktor politik kepada massa (masyarakat). Keterlibatan portal berita *online* atau media *online* memiliki peran sebagai *channel* kepada masyarakat untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat sebagai wujud mencapai tujuan politik tertentu (Shahreza, 2018).

Media massa *online* merupakan salah satu wadah bagi aktor politik untuk mengembangkan citra serta identitas sosial mereka, khususnya pada masa kampanye. Aktor politik cenderung membangun identitas sosial, dengan menciptakan gagasan atau narasi yang sesuai dengan identitas dari kelompok sosial yang mereka tuju. Hal ini sejalan dengan teori identitas sosial oleh Henri Tajfel. Teori ini menjelaskan bahwa sekelompok individu akan menciptakan identitasnya melalui manifestasi atas perilaku, perasaan, dan tindakan terhadap individu lain dan mengategorikan kesamaan tersebut atas kepemilikan sosial bersama (Jarvis, 2021). Individu akan berupaya menciptakan stigma atau citra buruk kepada kelompok luar, untuk meningkatkan citra kelompok sosialnya (Jarvis, 2017). Rasa keselarasan dalam identitas sosial antara aktor politik dan kelompok sosial yang dibentuk akan menciptakan kesolidaritasan serta empati yang mendorong pada dukungan, khususnya dukungan pemilihan. Proses identitas sosial ini melalui tiga tahap, yaitu pengelompokan sosial, identifikasi sosial, dan perbandingan sosial.

Melihat dinamika politik yang penuh gejolak, mendorong peneliti untuk menelaah aspek-aspek pembangunan wacana populis dalam narasi dan bahasa yang retoris yang kompleks di media massa oleh para aktor politik melalui penelitian ini. Peneliti secara spesifik akan memfokuskan analisis pada wacana berita di detikcom terkait pemberitaan di masa kampanye pada Pilgub DKI Jakarta tahun 2017. Melansir dari kumpulan data survei yang dijabarkan oleh We Are Social mengenai Data Digital Indonesia pada tahun 2018, detikcom merupakan situs berita dengan jumlah pengunjung tertinggi di Indonesia sepanjang tahun 2017 (Kemp, 2018). Hal ini dapat merepresentasikan situs tersebut sebagai media *online* yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia dalam mencari informasi di tahun 2017.

Dalam memaksimalkan pondasi serta kajian literatur dalam pembangunan kerangka berpikir penelitian ini, maka terdapat dua penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini. Pertama adalah penelitian yang dilakukan Moses dan Diah yang dipublikasikan pada tahun 2020, berjudul “Karakteristik Populisme Gubernur Jawa Barat (Ridwan Kamil) dalam Postingan Instagram 27 Mei 2018 – 27 Juni 2018” (Stephen Pandu Prawira & Ayu Candraningrum, 2020). Peneliti mendapatkan wawasan serta kajian yang luas mengenai konsep populisme serta aspek penonjolan populisme dari aktor politik yang terlibat. Selain itu, peneliti juga menggunakan artikel dari penelitian Alwi dan Fernanda dari Universitas Sumatera Utara dengan judul “Mencermati Populisme Prabowo Sebagai Bentuk Gaya Diskursif Saat Kampanye Politik Pada Pemilihan Presiden 2019” yang dipublikasi pada tahun 2020 (Dahlan Ritonga & Putra Adela, 2020). Melalui penelitian ini, peneliti mendapatkan penjabaran dari kajian mengenai konstruksi populisme yang dibangun melalui perspektif teori identitas sosial.

Dari penjabaran latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana populisme aktor politik dalam kampanye di media *online* (Analisis wacana kritis pada Pemilihan Gubernur DKI Jakarta tahun 2017)?” dengan tujuan penelitian untuk menganalisis wacana populisme oleh aktor politik dalam praktik kampanye politik pada Pemilihan Gubernur DKI Jakarta tahun 2017 di media *online*.

## 2. Metode Penelitian

Menurut Creswell (2009), penelitian kualitatif adalah penelitian yang memiliki proses eksplorasi dengan memahami tindakan dan perilaku dari kelompok sosial maupun individu, penelitian kualitatif dilakukan dengan menggambarkan stagnasi sosial atau masalah dalam struktur sosial di hidup manusia (Sugiyono, 2023). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis fenomena populisme oleh aktor politik di media *online* pada kampanye pemilihan Gubernur DKI Jakarta tahun 2017 yang bersifat dinamis. Melalui penelitian kualitatif, peneliti mampu mengkonstruksi ciri dari fenomena tersebut dan merangkai konsep-konsep yang sesuai dalam kesatuan kategori konsep populisme dalam tinjauan.

Metode yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah analisis wacana kritis (AWK) Norman Fairclough. Analisis wacana kritis adalah sebuah teknik pengungkapan kekuasaan, perubahan, dan praktik sosial dari sebuah teks yang menjabarkan fenomena dengan mengidentifikasi dan mengkaji pemakaian bahasa pada teks tersebut (Eriyanto, 2015). Melalui AWK peneliti akan menganalisis penonjolan aspek – aspek pendekatan populisme yang disampaikan melalui retorika oleh aktor politik melalui teks wacana berita. Analisis AWK dalam penelitian ini melewati empat dimensi yang meliputi, dimensi teks (representasi, relasi, dan identitas), dimensi intertekstualitas, dimensi *discourse practice*, dan dimensi sosiokultural (situasional, institusional, dan sosial).

Subjek dalam penelitian ini secara spesifik difokuskan pada pengambilan narasi berita pada masa kampanye Pilgub DKI Jakarta putaran satu (26 Oktober 2016-11 Februari 2017) dan dua (6 April-15 April 2017). Sedangkan objek penelitian ini adalah konstruksi populisme dalam wacana yang digunakan oleh aktor politik pada kampanye pemilihan Gubernur DKI Jakarta 2017 di media *online*. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu sumber data primer dan sekunder. Untuk mendapatkan data analisis, maka peneliti mengkategorikan data penelitian yang terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer yang berupa teks wacana berita akan diperoleh melalui studi dokumentasi. Sedangkan sumber data sekunder didapatkan melalui wawancara semi terstruktur yang melibatkan dua informan repoter penulis wacana yang dianalisis dari detikcom, Noval Dhwinuari Antony dan Muhammad Fida Ul Haq. Pengambilan data melalui wawancara dilakukan pada periode 20 – 21 Oktober 2023.

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini merujuk pada metode Miles dan Huberman yang dibagi menjadi tiga proses yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi data (Sugiyono, 2023).

## 3. Hasil Temuan dan Diskusi

Fenomena Pemilihan Gubernur DKI Jakarta tahun 2017 didominasi oleh berbagai gerakan sosial berupa unjuk rasa, akibat timbulnya perpecahan sentimen di publik. Dalam hasil analisis wacana kritis terhadap pemberitaan Ahok dan Anies sebagai aktor politik di detikcom, kedua aktor terindikasi mengimplementasikan pendekatan populisme. Analisis ini dibangun berdasarkan teori Identitas Sosial yang dijabarkan dalam tiga proses, yang meliputi:

## Tahap Pengelompokan Sosial

Tahap pengelompokan sosial adalah tahap pengelompokan sosial, individu cenderung mengkategorisasikan dirinya pada kelompok sosial tertentu, baik berlandaskan pada aspek lingkungan, ras, agama, dan sosial (Jarvis, 2017). Berdasarkan hasil analisis teks wacana “Ahok: Rakyat adalah Bos Kami” yang dipublikasi oleh detikcom pada tanggal 27 Januari 2017 (Antony, 2017), maka didapatkan hasil analisis penonjolan kategorisasi identitas sosial Ahok. “...*karena rakyat adalah bos kami,*” ujar Ahok pada detikcom (27/1/2017).

Kutipan tersebut menampilkan Ahok sebagai aktor politik menonjolkan kategorisasinya sebagai “pekerja rakyat”, pemimpin yang berlandaskan pada rakyat Ahok mengkategorisasikan dirinya sebagai pemimpin yang secara tegas melawan bentuk – bentuk birokrasi yang korup yang merugikan masyarakat. Ia mengecam dan memberantas praktik korupsi dan meregenerasi lingkungan PNS yang bobrok.

Sedangkan melalui analisis wacana kritis pada wacana teks “Datangi Kalijodo di Hari Terakhir Kampanye, Anies Orasi Antigusur” (Santoso, 2017) yang dipublikasi oleh detikcom pada 15 April 2017 didapatkan kesimpulan bahwa Anies mengembangkan kategori sosialnya dengan mendeklasikan dirinya merupakan bagian dari masyarakat yang mengupayakan keadilan.

*“Mari kita kembali menjadi jadikan kota ini menjadi kota yang bukan gusur-mengusur, kota yang memberikan kepastian tempat tinggal,”* ucap Anies di Kalijodo pada Detikcom (15/5/17)

Melalui orasi dan gagasannya seperti kutipan di atas, Anies berupaya menyamakan identitas sosial dengan banyak menggunakan frasa “kita”. Ia menonjolkan bahwa dirinya merupakan bagian dari kelompok masyarakat yang menyerukan keadilan dan penolakan terhadap kebijakan relokasi.

Berdasarkan konsep Mudde, satu indikator aktor populis adalah berlandaskan pada rakyat (Mudde & Kaltwasser, 2017). Aktor populis cenderung membagi dua kelas kelompok dalam masyarakat, yaitu kelompok masyarakat tertindas dan pihak pemerintah korup yang merugikan masyarakat. Berlandaskan konsep tersebut, Ahok sebagai aktor politik secara verbal mendeklarasikan bahwa dirinya adalah pekerja rakyat dan menolak keras birokrasi korup yang ada di pemerintahan, baik dalam bentuk pungli maupun korupsi kecil lainnya. Dalam gagasannya Ahok dengan tegas menggunakan kata kata “lawan” dan “singkirkan” untuk merepresentasikan keberaniannya untuk melawan oknum korup. Ahok memiliki target kelompok sosial yang ditujukan kepada masyarakat yang merasakan birokrasi di Jakarta dipenuhi dengan korupsi dan pungli. Kelompok sosial ini sehubungan dengan fenomena masyarakat yang kesulitan memproses keperluan administrasi, biaya – biaya tambahan dalam proses administrasi, masyarakat yang mengalami banjir, dan berbagai masalah dari ketidakpraktisan ASN dalam melayani rakyat Jakarta.

Sedangkan Anies, menonjolkan bahwa dirinya menolak keras sikap Ahok sebagai gubernur pada periode sebelumnya yang melakukan praktik relokasi proyeknya. Anies mengkategorisasikan bahwa Ahok merupakan bagian dari “*out group*” karena bersikap tidak adil dengan masyarakat atas kebijakan relokasi yang dilakukan, dan ia mendeklarasikan bahwa dirinya merupakan pemimpin yang berdiri bersama rakyat dengan menolak keras kebijakan relokasi. Anies mengindikasikan dirinya sebagai “*in group*” dari kelompok masyarakat yang spesifiknya terdampak relokasi dalam program revitalisasi pada periode Ahok. Kelompok khusus ini

merupakan kelompok sosial utama Anies, maka dari itu melalui orasinya Anies sering kali menyatupadukan tujuan dalam melawan ketidakadilan dalam proses relokasi dan menciptakan situasi Jakarta yang adil untuk seluruh kelompok masyarakat.

### **Tahap Identifikasi Sosial**

Identifikasi sosial adalah tahap individu mulai menyesuaikan diri dengan melakukan aktivitas yang dilakukan oleh kelompok sosialnya, menumbuhkan interaksi, dan menumbuhkan makna sosial yang terkait dengan kelompok (Jarvis, 2017). Dalam hasil analisis wacana teks berita “Warga Cipete Curhat KJP dicabut, Ahok: Bisa Jadi Ada Oknum yang Jahat” (Laksana, 2016) didapatkan aspek penonjolan identifikasi sosial Ahok yang berfokus pada kegiatan blusukan yang dilakukannya.

Melalui blusukan, Ahok mendengarkan secara langsung keluhan – keluhan terhadap masyarakat yang diduga mengalami praktik pungli dari PNS, yaitu penonaktifan KJP (Kartu Jakarta Pintar) yang merupakan program Ahok dalam memberdaya pendidikan bagi masyarakat kurang mampu di Jakarta.

Sejalan dengan pembahasan yang sama, berdasarkan hasil analisis wacana kritis pada teks wacana berita “Hebohnya Tanah Abang Blok A saat Anies Baswedan Blusukan” (Haq, 2016), didapatkan hasil bahwa Anies berupaya interaksi dan membangun kesesuaian makna emosional dengan melakukan blusukan pada Pasar Tanah Abang, melakukan percakapan ramah dengan masyarakat sekitar. Serta melakukan transaksi terhadap produk yang dijual oleh pedagang Tanah Abang.

Dalam praktik populisme, aktor politik cenderung mengkonstruksi makna emosional dan sosial dengan masyarakat (Jarvis, 2017). Pendekatan Ahok dalam mengkonstruksi makna emosional dilakukan dengan menciptakan persamaan tujuan antara masyarakat dan dirinya dalam melawan pihak korup. Dalam implementasinya Ahok membangun narasi yang memojokan dan mengindikasikan keluhan rakyat dengan dugaan praktik manipulasi administrasi yang dilakukan oleh oknum – oknum korup.

*“Kamu biasa korupsi gede, pungut duit gede di sekolah, tiba-tiba sama Ahok enggak boleh pungut, akhir tahun enggak boleh pungut, kamu dendam enggak sama Ahok? Pasti dendam,”* ucap Ahok dalam detikcom (6/12/16)

Melalui kutipan tersebut, Ahok membangun makna emosional dalam memahami bahwa kelompok luar “*out group*” adalah pihak korup yang merugikan serta menghambat pelayanan terhadap rakyat. Makna emosional ini kemudian diperkuat oleh Ahok dengan menyatakan bahwa dirinya tidak disukai oleh banyak oknum karena selama masa menjabat, Ahok memberantas praktik korupsi di lapangan. Ahok membangun perspektif dan narasi mengenai sebuah keadaan yang mendukung fakta bahwa dirinya adalah pemimpin yang berorientasi pada kejujuran dan memiliki banyak musuh (pihak – pihak korup).

Di sisi lain Anies, mengkonstruksi makna emosionalnya dengan masyarakat melalui interaksi langsung dengan masyarakat di Tanah Abang. Anies mendengarkan keluhan, menciptakan dialog, dan menunjukan perhatiannya kepada masyarakat dengan blusukan tersebut. Pendekatan makna emosional ini didukung dengan situasi sosial yang dinyatakan oleh Fida selaku reporter, bahwa keadaan di Tanah Abang jauh dari perhatian pemerintah, sehingga kunjungan cagub ke Tanah Abang menarik perhatian

khalayak dalam membaca pemberitaan terhadap interaksi aktor politik yang terlibat. Pendekatan Anies dibentuk dalam upaya mengaitkan emosi dan situasi sosial dirinya dengan masyarakat kecil di Tanah Abang yang kerap diabaikan oleh pemerintah, salah satunya dengan melibatkan dirinya pada proses transaksi dan menciptakan dialog ramah dengan para pedagang. Anies juga membangun makna emosional dengan rakyat, melalui janji – janjinya dalam menciptakan keadilan, khususnya janji dalam penolakan praktik relokasi.

### **Tahap Perbandingan Sosial**

Pada tahap perbandingan sosial, Individu cenderung menonjolkan dan membandingkan aspek – aspek dari kelompoknya dengan kelompok luar. Upaya perbandingan ini umumnya juga diindikasikan oleh pembentukan citra buruk atau stereotip terhadap pihak “*out group*” (Jarvis, 2017). Berdasarkan analisis wacana kritis pada teks wacana berita “Warga Cipete Curhat KJP Dicabut, Ahok: Bisa Jadi Ada Oknum yang Jahat” (Laksana, 2016), maka perbandingan sosial Ahok ditonjolkan secara jelas oleh dirinya melalui narasi dialog yang dibentuk olehnya dengan tujuan menciptakan citra buruk dan stereotip.

*“...bisa jadi oknum gurunya jahat, kepala sekolahnya jahat, sengaja dipotong supaya orang tua marah,”* ucap Ahok pada Detikcom (6/12/16)

Pada kutipan tersebut Ahok melakukan pelabelan citra buruk dibentuk dengan mengerucutkan keluhan yang muncul terjadi akibat indikasi oknum korup. Oknum – oknum yang dimaksud adalah guru – guru yang melakukan praktik korupsi dan merugikan masyarakat. Selama masa jabatannya, Ahok secara berani menumpas praktik korup dan membuat program yang meminimalisir praktik korupsi, salah satunya KJP. Ia menekankan bahwa oknum – oknum korup cenderung mengadu domba Ahok dan memanipulasi KJP karena oknum tersebut terganggu dengan keberadaan Ahok yang sering kali menghalangi praktik korupsi mereka.

Di sisi lain, hasil analisis wacana kritis pada teks berita “Datangi Kalijodo di Hari Terakhir Kampanye, Anies Orasi Antigusur” (Santoso, 2017), didapati kesimpulan bahwa Anies menekankan perbandingan sosial pada masalah keadilan dan kebebasan rakyat. Anies menekankan bahwa dirinya adalah cagub yang peduli dengan rakyat dan menolak keras program relokasi. Anies juga mengindikasikan perbandingan sosial dirinya dengan janji – janjinya dalam membangun Jakarta menjadi kota yang adil dan kepastian tempat tinggal.

*“Mari kita kembali menjadi jadikan kota ini menjadi kota yang bukan gusur-mengusur...Kita menginginkan Jakarta jadi kota yang adil,”* tegas Anies di Kalijodo pada Detikcom (15/5/17)

Kutipan ini menunjukkan bahwa perbandingan sosial Anies dipertegas dengan narasi dari dirinya yang menyinggung mengenai praktik penggusuran. Penggusuran dalam konteks narasi Anies merujuk pada program – program revitalisasi pada periode Ahok yang menyebabkan relokasi dan penggusuran terhadap beberapa wilayah pemukiman masyarakat.

Menurut Mudde, aktor populis kerap menonjolkan perbedaan antara “rakyat” yang dianggap kelompok yang dirugikan serta tertindas dan “elit” yang dianggap sebagai kelompok korup atau penindas (Mudde & Kaltwasser, 2017). Dalam

implementasinya Ahok melakukan perbandingan sosial antara dirinya sebagai pemimpin yang berani dan tegas dalam melawan praktik korupsi dengan oknum – oknum yang merugikan rakyat. Ahok menciptakan narasi – narasi terkait perlawanan kelompok korup kepada Ahok yang dianggap menghalangi praktik mereka. Dengan mengindikasikan keluhan masyarakat dengan praktik manipulasi dari kelompok korup. Ahok mengindikasikan dirinya sebagai bagian dari masyarakat yang tidak puas dengan hasil kerja pemerintah yang kerap dimanipulasi dengan praktik korupsi, sehingga ia berdiri mengatasnamakan keadilan dan integritas dalam melayani rakyat.

Sedangkan Anies cenderung mengindikasikan dirinya dalam kelompok masyarakat yang spesifik merupakan rakyat yang terdampak dalam program relokasi. Anies menekankan aspek keadilan dan kebebasan rakyat, dan menekankan bahwa Ahok sebagai gubernur yang gagal memberikan keadilan tersebut karena program revitalisasi yang menyebabkan penggusuran dan relokasi beberapa wilayah pemukiman di Jakarta. Anies membangun narasi persuasif emosional pada orasinya yang mengerucut pada penolakan program penggusuran karena ketidakadilan yang dirasakan oleh rakyat yang terdampak. Anies juga membangun citra bahwa dirinya adalah cagub yang peduli dengan rakyat dan menolak praktik ketidakadilan. Dengan menyinggung aspek ketidakadilan pada praktik relokasi, Anies juga melakukan orasinya pada wilayah yang terdampak relokasi, sehingga mayoritas audiens memiliki satu tujuan yang sama, yaitu keadilan. Anies menggunakan situasi sosial dan emosional ini dalam orasinya dan membangun kesatuan tujuan dengan masyarakat tersebut.

### **Penggunaan Fitur Populisme yang Diimplementasikan oleh Aktor Politik**

Berdasarkan hasil analisis dan konstruksi identitas sosial, maka peneliti turut merumuskan aspek – aspek serta fitur – fitur yang digunakan oleh aktor politik dalam kampanye yang dilakukannya. Berdasarkan tabel jenis populisme oleh De Blasio dan Sorice (Tenorio et al., 2019), Ahok menggunakan pendekatan strategi populisme teknokrasi yang menekankan bahwa musuhnya atau kelompok luar sebagai lawannya adalah pihak – pihak korup yang tidak efisien dalam melayani rakyat. Populisme teknokrasi memiliki fitur utama, sesuai dengan strategi yang Ahok gunakan, meliputi menganut ideologi meritokrasi, dan menganggap pemerintah adalah pihak korup yang tidak efisien. Ahok cenderung memberikan penyelesaian yang taktis dan inovatif seperti revitalisasi dan relokasi. Terakhir Ahok, juga berlandaskan pada meritokrasi dengan mengandalkan kemampuan – kemampuan ASN muda, serta membuka kesempatan yang lebih luas kepada semua pihak, termasuk luar PNS dengan regenerasi ASN sebagai salah satu programnya.

Di sisi lain, Anies menerapkan pendekatan strategi populisme sosial (demokrasi) karena cenderung berlandaskan pada keadilan rakyat dan menekankan kepentingan rakyat. Populisme sosial memiliki elemen dasar meliputi ideologi egalitarianism, anti kapitalisme, berlandaskan pada posisi rakyat sebagai kelompok yang dikesampingkan, dan memiliki fitur utama dalam mendengarkan rakyat (Tenorio et al., 2019). Anies menolak dan menganggap bahwa praktik relokasi merupakan penindasan yang merugikan rakyat. Anies juga mengedepankan egalitarianism, dengan menciptakan narasi dan janji – janji dalam menciptakan keadilan bagi rakyat Jakarta, khususnya yang terdampak relokasi.

#### 4. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan maka didapatkan kesimpulan bahwa kedua aktor politik, Anies dan Ahok terindikasi mengimplementasikan strategi populisme sebagai pendekatan dan *branding* dari gagasannya masing – masing. Ahok mendekati diri dengan gagasannya yang menekankan pada pekerjaan efisien dan menolak keras praktik korupsi yang merugikan rakyat dan berlandaskan pada rakyat dengan mendengarkan keluhan rakyat dan menyebut dirinya sebagai pekerja rakyat. Sedangkan Anies menggagas dirinya sebagai pemimpin yang mengatasmakan keadilan rakyat dengan janji – janji serta narasi orasinya.

Didapatkan pula hasil analisis dari penonjolan fitur serta aspek utama yang digunakan oleh aktor politik atas jenis strategi populisme yang digunakan. Ahok menganut atau mengimplementasikan strategi populisme teknokratik, sedangkan Anies menganut strategi populis sosial (demokratik) yang berhasil membawa dirinya pada kemenangan sebagai Gubernur DKI Jakarta periode 2017 – 2022.

#### 5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, dan seluruh pihak yang telah mendukung penelitian ini.

#### 6. Daftar Pustaka

- Antony, N. D. (2017). *Ahok: Rakyat adalah Bos Kami*. <https://news.detik.com/berita/d-3407716/ahok-rakyat-adalah-bos-kami>
- Ardipandanto, A. (2020). Dampak Politik Identitas Pada Pilpres 2019: Perspektif Populisme [The Impact of Identity Politics On President Election 2019: Populism Perspective]. *Jurnal Politica Dinamika Masalah Politik Dalam Negeri Dan Hubungan Internasional*, 11(1), 43–63. <https://doi.org/10.22212/jp.v11i1.1582>
- Dahlan Ritonga, A., & Putra Adela, F. (2020). Mencermati Populisme Prabowo sebagai Bentuk Gaya Diskursif saat Kampanye Politik pada Pemilihan Presiden 2019. *POLITEIA: Jurnal Ilmu Politik*, 1(13). <https://doi.org/https://doi.org/10.32734/politeia.v12i1.3170>
- Eriyanto. (2015). *Analisis Wacana: Penghantar Analisis Teks Media* (9th ed.). Yogyakarta: LkiS.
- Haq, M. F. U. (2016, October). *Hebohnya Tanah Abang Blok A Saat Anies Baswedan Blusukan*. <https://news.detik.com/berita/d-3326177/hebohnya-tanah-abang-blok-a-saat-anies-baswedan-blusukan>
- Hilmy, M. I. (2020). Fenomena Gerakan Populisme Dalam Kemunduran Demokrasi. *Jurnal Civic Hukum*, 5(2), 145–156. <https://doi.org/10.22219/jch.v5i2.13080>
- Jarvis, M. (2017). *Teori - Teori Psikologi*. Bandung: Nusamedia.
- Jarvis, M. (2021). *Psikologi Sosial*. Bandung: Nusamedia.
- Kemp, S. (2018). *Indonesia Digital Report 2018*. <https://datareportal.com/reports/digital-2018-indonesia>
- Laksana, B. A. (2016, December). *Warga Cipete Curhat KJP Dicabut, Ahok: Bisa Jadi Ada Oknum yang Jahat*. <https://news.detik.com/berita/d->

- 3364536/warga-cipete-curhat-kjp-dicabut-ahok-bisa-jadi-ada-oknum-yang-jahat
- Mudde, C., & Kaltwasser, C. R. (2017). *Populism: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1093/actrade/9780190234874.001.0001>
- Ramadhan, A., & Sentosa, B. (2023). *Survei Litbang "Kompas": Publik Khawatir Polarisasi Terulang pada Pemilu 2024*.  
<https://nasional.kompas.com/read/2023/07/11/05344661/survei-litbang-kompas-publik-khawatir-polarisasi-terulang-pada-pemilu-2024>
- Rezkisari, I. (2017). *Mayoritas Masyarakat Khawatir Dampak Pilkada Jakarta Berlanjut* | *Republika Online*.  
<https://news.republika.co.id/berita/oq70cs328/mayoritas-masyarakat-khawatir-dampak-pilkada-jakarta-berlanjut>
- Ridhoi, M. A. (2017). *Pakar LIPI: Pilgub DKI 2017 Terburuk dalam Sejarah Pilkada*.  
<https://tirto.id/pakar-lipi-pilgub-dki-2017-terburuk-dalam-sejarah-pilkada-cmqd>
- Santoso, A. (2017, April). *Datangi Kalijodo di Hari Terakhir Kampanye, Anies Orasi Antigusur*.  
<https://news.detik.com/berita/d-3475192/datangi-kalijodo-di-hari-terakhir-kampanye-anies-orasi-antigusur>
- Shahreza, M. (2018). *Proses dan Elemen-Elemen Komunikasi Politik*.  
<https://doi.org/10.31227/osf.io/9zh46>
- Stephen Pandu Prawira, M., & Ayu Candraningrum, D. (2020). Karakteristik Populisme Gubernur Jawa Barat (Ridwan Kamil) dalam Postingan Instagram Karakteristik Populisme Gubernur Jawa Barat (Ridwan Kamil) dalam Postingan Instagram 27 Mei 2018 – 27 Juni 2018. *Koneksi*, 4(2).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.24912/kn.v4i2.8230>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif: (Untuk Penelitian yang Bersifat : Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif)*. Bandung: Alfabeta.
- Tan, P. (2020). Populisme, Pilkada dan Masa Depan Demokrasi. *JAP UNWIRA*, 3(2).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.30822/jap.v3i2.862>
- Tenorio, E. H., Castro, M. A. B., & Cesare, F. De (Eds.). (2019). *Populist Discourse: Critical Approaches to Contemporary Politics*. Routledge.