

**HYPER REALITAS SIMULAKRA TAGAR
#2019GANTIPRESIDENDALAM PEMILIHAN PRESIDEN
INDONESIA 2019**
*(Hyper Reality Simulakra Tagar # 2019 President in the 2019
Indonesian Presidential Election)*

Dani Fadillah
Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta
dani.fadillah@comm.uad.ac.id

Abstrak. tagar yang muncul dalam dinamika komunikasi di media sosial mampu menimbulkan sebuah gerakan massa yang sangat masif di dunia nyata serta merepotkan penguasa dan pihak yang berwenang untuk menertibkannya, karena dianggap muatan politis yang ada di dalam tagar tersebut berpotensi memberikan gelombang gejolak yang sangat besar bagi pemegang *status quo* kekuasaan politik tanah air. Menjelang pemilihan Presiden Republik Indonesia 2019 publik disuguhkan dengan sebuah tagar yang viral di media sosial, tagar yang pertama kali ditenggarai dicuitkan oleh politisi Partai Keadilan Sejahtera, Mardani Ali Sera, membangkitkan semangat massa yang jumlahnya tidak sedikit untuk tidak memilih sang Petahana dalam pemilihan umum yang berlangsung pada April 2019. Bahkan hingga pemilihan umum telah usai pun tagar tersebut masih memiliki sihir politik yang kuat untuk menyatukan kekuatan oposisi karena sang petahana kembali terpilih untuk menjadi Presiden Republik Indonesia hingga tahun 2022. Tulisan ini berisi hasil penelitian kualitatif dengan menjadikan gagasan Jean Baudrillard tentang simulakra, simulasi dan *artificial Phenomenon* sebagai pisau analisisnya. Disini penulis mengumpulkan berbagai sumber literatur di berbagai pemberitaan media massa mengenai tagar #2019GantiPresiden lantas melakukan penelaahan terhadap pesan-pesan yang terdapat berbagai informasi yang diberikan terhadap tagar tersebut menggunakan pisau analisis yang bersasal dari Jean Baudrillard di atas. Hingga pada akhirnya kesimpulan dari tulisan ini adalah memang diperlukan adanya upaya masif untuk melawan gelombang tagar #2019GantiPresiden yang sangat masif di tanah air dengan berbagai cara agar pusarannya tidak semakin besar dan membahayakan kepentingan politik penguasa.

Kata kunci: Media Sosial, Tagar #2019GantiPresiden, Simulakra, Indonesia.

Abstract. how a hashtag appearing in the dynamics of communication on social media is capable of creating a very massive mass movement in the real world. As well as troublesome rulers and authorities to set it up Because it considered a political charge that is in the hashtag could potentially provide a surge of turmoil that is great for the holder of the status quo of the political power of the homeland. By the election of the President of the Republic of Indonesia 2019 was presented with a viral hashtag on social media, the hashtags that were first administered twitted by Prosperous Justice Party (Partai Keadilan Sejahtera) politician Mardani Ali Sera, raised the spirit of the masses The number is not minimal not to elect the general election which took place in April 2019. Even until the polls have done, the hashtag still has strong political magic to unite the opposition forces because the reunited was elected to become President of the Republic of Indonesia until 2022. This paper contains the results of qualitative research by making the idea of Jean Baudrillard about Simulacra, simulation, and artificial Phenomenon as his analysis knife. Here the author collects various literary sources in the different news media coverage of the hashtag #2019GantiPresiden then conduct a study of the messages that have a variety of information given to the hashtag Using the turbulent analytical knife of Jean Baudrillard above. Finally, the conclusion of this paper is necessary to fight massive efforts to resist the enormous surge of hashtags #2019GantiPresiden in the homeland in a variety of ways so that the focus is not more significant and to discuss the interests of Political authorities.

Keywords: Social media, Hashtag #2019GantiPresiden, Simulcra, Indonesia

Vol.12/No.2 / Oktober 2019 - Profetik Jurnal Komunikasi



PENDAHULUAN

Teknologi yang terus berkembang di era post modern telah memperlihatkan pada kita hal-hal yang mampu menembus batas. Perputaran arus informasi yang kencang dan cepat berubah memberikan banyak efek yang tak terduga dalam tiap sendi kehidupan manusia, manusia pun tidak bisa melepaskan diri dari belenggu ketrgantungannya pada teknologi komunikasi yang terus berkembang meski kadang hal tersebut berada di luar kebutuhan utamanya, teknologi komunikasi dan fasilitas yang ditawarkannya dalam bentuk realitas virtual di dunia maya menjadi candu tersendiri bagi dan tidak bisa dihindari oleh manusia (Yasraf Amir Piliang, 2001).

Beberapa saat menjelang dibukanya pendaftaran kandidat calon Presiden serta wakil Presiden Republik Indonesia periode 2019-2024 oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU), di media sosial masyarakat Indonesia disuguhkan dengan tagar #2019GantiPresiden, ditenggarai tagar ini pertama kali muncul melalui cuitan akun media sosial milik politisi Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Mardani Ali Sera. Saat itu masih belum diketahui siapa saja yang maju sebagai calon Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia, namun makna dari tagar itu sudah jelas siapa saja boleh menjadi Presiden di Indonesia asalkan bukan Petahana (Izad, 2018).

Kemunculan tagar ini pada mulanya dipandang sebagai hal yang biasa bahkan hanya sebagai unggahan media sosial biasa pada umumnya

yang akan segera berlalu, kan tetapi tidak ada yangmneyngka bahwa kemudian tagar #2019GantiPresiden disambut oleh warga net lainnya secara berkesinambungan hingga akhirnya menjadi viral di dunia maya. Di masa-masa awal viralnya keberadaan tagar ini masih pun masih belum mendapatkan sorotan lebih. Hanya beberapa tokoh nasional yang berkomentar bahwa tagar #2019GantiPresiden sebagaimana tagar-tagar yang lain adalah gagasan masyarakat yang sah-sah saja muncul disebuah negara demokrasi (Fahmi, 2018). Memang sebagaimana kondisi negara demokrasi pada umumnya masyarakat dapat menyuarakan aspirasinya diberbagai media, termasuk melalui akun media sosial miliknya yang mampu diakses secara lebih leluasa, termasuk untuk mengkritisi kinerna pemerintah (Jandevi, 2019).

Bahkan dari pihak KPU sebagai penyelenggara pemilihan umum pun saat itu masih menanggapi bahwa munculnya tagar-tagar seperti itu sangat bagus karena dinilai mampu meningkatkan gairah politik warga negara sehingga angka warga negara yang memilih untuk menjadi golongan putih (golput) akan berkurang (Anugrahadi, 2018). Selama ini golput selalu menjadi momok dalam penyelenggaraan pemlihan umum, dimasa-masa terdahulu KPU telah melakukan banyak melakukan sosialisasi agar masyarakat tidak golput namun hasilnya belum dapat dikatakan maksimal, maka dengan adanya tagar-tagar seperti ini mampu mendorong masyarakat untuk datang ke Tempat

Pemungutan Suara (TPS) pada hari pemilihan, mengingat tidak sedikitnya biaya yang dikeluarkan oleh negara demi terselenggaranya pemilihan umum ini, maka jika ada saja hal-hal yang berpotensi untuk menekan angka golput di masyarakat maka hendaknya disyukuri (Helmi Shemi, 2018). Karena pada umumnya pesan-pesan yang muncul di media sosial termasuk tagar hanya sesuatu yang lalu lalang kemudian menghilang begitu saja tanpa makna, mereka yang melakukan re-Tweet atau meneruskan sebuah pastingan hanya sebatas ikut-ikutan (Fadillah, 2015).

Akan tetapi seiring berjalannya waktu tagar #2019GantiPresiden dapat diibaratkan sebagai bola salju, gerakannya ternyata menggelinding keluar dari batas-batas dunia siber, tagar #2019GantiPresiden tidak lagi muncul dalam bentuk unggahan status di media sosial namun juga muncul di pakaian, pin, stiker, dan pernak pernik lainnya. Bahkan sampai menjadi sebuah gerakan sosial yang bernama tagar #2019GantiPresiden, hingga akhirnya muncul lagu yang berjudul *2019 Ganti Presiden* (#2019GantiPresiden, 2018) yang turut viral dan seolah menjadi lagu wajib bagi siapa saja yang tidak ingin Petahana kembali memimpin Indonesia, lagu ini pun senantiasa dinyanyikan setiap para aktifis #2019GantiPresiden melakukan aksi massa di berbagai kesempatan (Kardi, 2018).

Gerakan tagar #2019GantiPresiden pun mulai dianggap sebagai sesuatu yang serius dalam mengancam *status quo* penguasa dan partai-partai politik

pendukungnya, sehingga akhirnya mulai muncul upaya-upaya sistematis untuk melemahkan dan mendelegitiasi gerakan tagar #2019GantiPresiden dengan memanfaatkan segala sumber daya yang ada, mulai dari pelarangan menyelenggarakan acara dengan tajuk #2019GantiPresiden hingga melarang setiap atribut yang memuat tagar #2019GantiPresiden serta tuduhan makar bagi sejumlah aktifisnya.

Oleh karena itulah lantas penulis membuat paper ini untuk mencoba menjabarkan bagaimana tagar #2019GantiPresiden diasosiasikan oleh pihak-pihak yang merasa terusik dengan kehadiran tagar tersebut. Pendekatan Simulakra yang dicetuskan oleh Jean Baudrillard dipilih sebagai pisau bedah mengupas fenomena ini mengingat kemunculan tagar #2019GantiPresiden pertama kali di media sosial yang asosiasikan oleh para aktifisnya sebagai gerakan yang akan mengantarkan Indonesia pada kemakmuran dan lantas diasosiasikan oleh para lawannya sebagai gerakan inkonstitusional dan gerakan makar. Sedangkan melalui Simulakra, Jean Baudrillard mengajak pada kita untuk melihat hakikat dibalik realitas, Jean Baudrillard menyampaikannya bahwa apa yang tampak dipermukaan sebuah teks tidak sepenuhnya adalah kenyataan, ada tanda dan penanda yang harus peka untuk dapat dilihat dan dirasakan (Baudrillard, 1988).

Sejatinya apa saja yang ada disekeliling kita ini adalah tanda, dan tiap tanda itu memiliki penandanya masing-masing, dan masing-masing penanda tersebut memiliki makna yang mampu melekat dalam pikiran

siapa saja yang menelannya, jika setiap tanda yang terangkum dalam pesan-pesan itu terakumulatif maka akan muncul sebuah fenomena baru yang seolah hal itu menjadi realitas. Disini Jean Baudrillard mencoba untuk menjelaskan jika melalui media aktor-aktor komunikasi menyebarkan sebuah informasi secara masif dan struktur untuk mempengaruhi khalayak agar tertutupnya sebuah realitas atau mempercayai sebuah realitas alternatif, maka hal itu sungguh mungkin terjadi (Jean Baudrillard, 2017).

Atau dalam pembahasan yang lain Jean Baudrillard juga menuturkan bahwa fenomena kerancuan realitas tersebut dengan nama *hyper realitas*, sebuah gejala bermunculannya realitas buatan dan tidak mampu lagi diidentifikasi mana yang buatan dan mana yang nyata. Bahkan terkadang yang buatan lebih terasa nyata dari pada yang nyata (Khushendrarwati, 2011).

Sebagai bagian dari zaman post modern masyarakat kita menjadi bagian dari masyarakat konsumsi, sekelompok manusia yang terbiasa untuk menerima dan menelekan apa saja yang disampaikan tanpa diiringi dengan kemampuan literasi bermedia yang baik (Ulfah, Fajri, & Fadillah, 2017). Rendahnya kemampuan bahkan barangkali ketidakmampuan masyarakat konsumsi untuk melakukan literasi diri terhadap apa yang disajikan oleh media massa ini, merupakan celah bagi pihak-pihak yang berkepentingan untuk membangun sebuah realitas buatan dalam pikiran dan sanubari khalayak demi tercapainya tujuan yang mereka upayakan (J. Schor, Holt, & Holt.,

2000). Meski begitu maka ini lah yang terjadi saat ini, dunia dipenuhi oleh sebuah ekologi baru bernama masyarakat konsumsi (Baudrillards, 2018) dan apa pun yang mereka rasakan dan dapatkan dari berbagai terpaan tanda dan penanda yang mengantamnya mereka menikmatinya (Douglas Kellner, 2007).

Pada tahun 1988 Jean Baudrillard pernah menerbitkan sebuah buku yang berjudul *Simulation*, dalam buku ini dia menjabarkan bahwa di dunia barat kini telah dipenuhi oleh proses simulasi sosial, karena banyaknya fenomena yang terbentuk tanpa jelas lagi mana realitas yang mengandung fakta sebenarnya dan mana yang merupakan realitas semu (Douglas Kellner, 2007). Akan tetapi tampaknya kini kondisi seperti itu tidak lagi hanya terjadi di dunia barat saja, namun hampir terjadi di seluruh dunia tanpa terkecuali. Bahkan kini barangkali tidak ada lagi batasan mana yang merupakan realitas fakta dan mana yang merupakan realitas semu, semuanya telah berburai menjadi satu, siapa yang berhasil memenangkan wacana dan menguasai opini publik maka semuanya bisa menjadi realitas tunggal (Baudrillards, 2018).

Berdasarkan hal yang disampaikan diatas ini lah maka penulis ingin menjabarkan temuan-temuan yang berhasil ditemukan terkait relitas yang terbangun dalam tagar #2019GantiPresiden selama masa-masa dinamika pemilihan Presiden Republik Indonesia tahun 2019 denhan menggunakan Analisis Simulakra yang dicetuskan oleh Jean Baudrillard sebagai alat bedahnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian memiliki tujuan untuk menjabarkan fenomena, variabel, dan apa saja fakta atau kejadian yang terjadi selama proses pengumpulan data berlangsung. Penelitian ini menguraikan tafsir data terhadap fenomena yang terjadi, pandangan hingga sikap yang terjadi dalam masyarakat, pertentangan antar fakta yang ada hingga pengaruhnya pada suatu kondisi dan sebagainya. Tujuan dari penelitian ini akan menjawab permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya. Kegiatan dalam menyusun penelitian ini meliputi pengumpulan data, analisis data, interpretasi data, dan akhirnya dimunculkan sebuah rumusan yang disimpulkan mengacu pada analisis data tersebut (Sugiyono, 2013). Penulis mengumpulkan berbagai macam referensi yang berkaitan dengan tagar #2019GantiPresiden dari banyak sumber lantas mengupasnya menggunakan analisis Simulakra milik Jean Baudrillard. Dari situ terlihat berbagai upaya simulasi untuk membangun realitas dan mengarahkannya menuju hyper realitas menggunakan tanda dan penanda yang ada dalam teks.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tagar #2019GantiPresiden sebagaimana yang telah dijabarkan sebelumnya setelah pertama kali muncul hanya berstatus sebagai unggahan status orang kebanyakan namun menggeliat menjadi sebuah kekuatan politik besra yang memberikan efek berupa tekanan politik yang sangat nyata bagi kubu

pendukung petahana, meski pada akhirnya Petahana berhasil mempertahankan kekuasaan untuk periode kedua. Setidaknya ada beberapa hiper realitas yang dapat dibaca terkait tagar #2019GantiPresiden selama masa-masa perebutan kekuasaan menggunakan pisau bedah Simulakra Jean Baudrillard

Pertama; Analisis Simulakra “kampanye politik” sebagai salah satu agenda untuk mendapatkan kekuasaan sebenarnya juga “menimbulkan kekuasaan” dalam prosesnya, karena untuk mendapatkan kekuasaan maka tiap aktor politik dan aktor komunikasi yang bermain di dalamnya harus mampu memenangkan wacana. Dalam era post modern, di tengah-tengah masyarakat yang haus akan konsumsi representasi visual maka permainan tanda yang dapat menjadi simulasi adalah sebuah kebutuhan mutlak.

Tagar #2019GantiPresiden yang mampu menyedot banyak perhatian dari masyarakat hingga mampu membuat massa dalam jumlah besar berduyun-duyun datang ke sebuah titik lokasi dalam suatu kegiatan (menyuarakan perlunya Presiden baru) dan berpartisipasi terhadap segala aktifitas yang ada di dalamnya secara suka rela, telah memenuhi sebuah syarat untuk memberikan simulasi pada masyarakat.

Oleh para aktifisnya, tagar #2019GantiPresiden diperlihatkan sebagai sebuah gestur moral ditengah kondisi sosial politik bangsa yang amoral. Pesan yang disampaikan oleh

para aktifis tagar #2019GantiPresiden pada awalnya adalah siapa saja boleh menjadi Presiden di negeri ini selain Petahana karena yang bersangkutan telah gagal dalam menciptakan iklim berbangsa yang baik. Hingga pada akhirnya muncul nama yang jelas siapa yang akan menjadi lawan Petahana dalam konstelasi pemilihan umum 2019 maka seolah menjadi tanda petanda bahwa sosok ini lah yang dianggap mampu untuk menjadi anti tesis kepemimpinan Petahana yang dinilai buruk oleh para aktifis tagar #2019GantiPresiden.

Terus digaungkannya bahwa orang-orang yang masuk dalam barisan tagar #2019GantiPresiden hadir secara sukarela tanpa adanya iming-iming bayaran menguatkan posisi tawar siapa pun kandidat yang menjadi lawan Petahana adalah sosok yang didukung oleh orang-orang yang tulus. Tidak tampak lagi nyata atau tidaknya besar kecil pendukung barisan tagar #2019GantiPresiden, pemandangan banyaknya massa yang fantastis tiap kali para aktifis tagar #2019GantiPresiden mengadakan kegiatan luar ruang menjadi refleksi sempurna. Pertanada dan realitas telah melebur menjadi hyper realitas.

Kehadiran massa yang datang dengan sukarela untuk memenuhi setiap even yang diadakan oleh aktifis tagar #2019GantiPresiden tentu saja namun ini hanya refleksi sebagian massa, bukan keseluruhannya, bukan fakta atau realitas sejati. Melainkan diciptakanlah simulasi seolah demikian. Rival Petahana yang didukung oleh orang-orang yang ikhlas boleh jadi tidak hanya terhenti sampai disitu saja karena adanya efek

hyper relitas. Hyper realitas akan merekonstruksi realita baru dari sesuatu yang sebelumnya tidak ada sama sekali menjadi ada dan bahkan menjadi realitas yang sejati. Hyper realitas yang terjadi adalah tidak hanya menggambarkan bahwa mereka yang memilih lawan Petahana di hari pemungutan suara meski tidak turut meramaikan aksi yang diadakan oleh para aktifis tagar #2019GantiPresiden, mereka berada juga direpresentasikan masuk dalam bagian orang-orang ikhlas yang mendukung orang baik dengan tidak memberikan dukungannya pada Petahana di hari pemungutan suara.

Realitas yang lain pun turut diciptakan oleh mereka yang terganggu dengan gerakan tagar #2019GantiPresiden. Dibangunlah tanda bahwa tagar #2019GantiPresiden merupakan gerakan yang melanggar hukum dan inskonstitusional, ditangkapnya beberapa aktifis tagar #2019GantiPresiden atas tuduhan makar dan berbagai kasus lainnya menguatkan realitas lain yang menggambarkan bahwa tagar #2019GantiPresiden didukung oleh orang-orang yang tidak taat hukum, pembuat onar, dan tidak ingin Indonesia maju.

Petahana dipertontonkan sebagai sosok yang mampu membangun Indonesia lebih baik dari pada Presiden-Presiden yang pernah ada sebelumnya, tidak hanya itu realitas bahwa Petahana pun merupakan sosok yang mampu menjaga ke-Bhineka-an Indonesia pun dimunculkan. Hyper realitas yang kemudian muncul adalah siapa saja

yang berada dalam barisan tagar #2019GantiPresiden atau tidak mendukung Petahana untuk kembali menjabat di periode kedua maka mereka adalah orang-orang yang anti Pancasila dan tidak mencintai Negara kesatuan republik Indonesia.

Kedua; analisis teks media dalam pemberitaan tagar #2019GantiPresiden. Dalam teks yang dilontarkan oleh media massa terkait gerakan tagar #2019GantiPresiden kita dapat melihat dalam berbagai teks berita yang ada selama memanasnya situasi politik nasional saat masa-masa pertarungan wacana sebelum hari pemilihan di bulan April 2019. Beberapa diantaranya adalah berita yang dimuat dalam lama detik.com yang berjudul *Mardani Hadiri Deklarasi Relawan #2019GantiPresiden di Australia* (23/07/2018) (Ibrahim, 2019) dan laman Republika yang berjudul *Gerakan #2019GantiPresiden Langkah Awal Memperbaiki Nasib Bangsa* (26/05/2018) (“Gerakan #2019GantiPresiden Langkah Awal Memperbaiki Nasib Bangsa,” 2018).

Dari contoh dua berita tersebut dicoba untuk membangun realitas bahwa gerakan tagar #2019GantiPresiden adalah sebuah gerakan yang luas biasa dan bersejarah hingga fenomenal. Bukanlah sebuah anomali jika gerakan tagar #2019GantiPresiden diberitakan seolah tanpa celah disebabkan subyek yang melontarkan pesan tersebut juga memiliki kepentingannya sendiri. Pihak yang menjadi narasumber selalu memiliki keterkaitan dengan kandidat atau

partai politik yang mengusung sang calon, bukan sosok netral atau bahkan dari pihak patahana atau mereka yang terusik dengan tagar #2019GantiPresiden. Dengan kondisi subyek berita seperti ini maka susunan teks berita pun menjadi mudah untuk diduga yaitu dukungan atau minimal tidak mendeskriditkan gerakan tagar #2019GantiPresiden. Pembaca diajak untuk melegitimasi bahwa adalah sebuah upaya bahwa ada harapan yang besar bahwa perubahan kearah yang lebih baik akan terjadi ditangan sosok yang menjadi lawan Petahana.

Bahkan dari sebuah halaman daring Konfrontasi.com adas sebuah berita yang berjudul *Akademisi: Gerakan #2019GantiPresiden tak Perlu Dirisaukan* (06/07/2018) (“Akademisi: Gerakan #2019GantiPresiden Tak Perlu Dirisaukan,” 2019). Berita ini diposisikan bahwa dari sudut pandang para akademisi gerakan tagar #2019GantiPresiden bukanlah sesuatu yang emosional, inkonstitusional dan makar, akan tetapi memiliki landasan keilmuan yang jelas gerakan yang sah-sah saja terjadi dari kacamata akademik.

Akan tetapi ada pula berida di beberapa media yang merupakan kebalikan dari ketiga berita di atas, contohnya adalah beriya yang dimuat dalam laman Media Indonesia yang berjudul *Tagar#2019GantiPresiden Gejala Makar* (12/09/2018) (Putri Rosmalia Octaviyani, 2018) dan berita yang ditayangkan dalam laman Merdeka.com yang berjudul *Bahaya Gerakan #2019GantiPresiden di Indonesia* (07/09/2018) (Didi

Syafirdi, 2018). Dalam teks yang disusun dalam kedua berita tersebut pihak-pihak yang merasa terusik dengan tagar #2019GantiPresiden mencoba untuk membangun sebuah realita bahwa tagar #2019GantiPresiden adalah strategi politik ekstrem dan ditunggangi oleh sebuah organisasai terlarang anti pancasila. Tidak berbeda dengan isi berita yang mendukung gerakan tagar #2019GantiPresiden, subyek berita dan narasumber pun merupakan orang dekat Petahana, dan tidak ada yang merupakan barisan oposisi yang dijadikan narasumber atau menjadi subyek berita dalam teks pemberitaan tersebut.

Dan ada sesuatu yang unik dalam berita yang dimuat dalam laman DetikNews yang berjudul *Soal #2019GantiPresiden, Kapitra: Bayangkan Seandainya di Era Soeharto (29/08/2018)* (Kanavino Ahmad Rizqo, 2018). Dalam teks berita ini ada *hyper realitas* yang hendak dibangun yaitu bahwa Petahana yang saat ini berkuasa adalah sosok yang penyabar dan demokratis, karena jika seandainya gerakan ini muncul di rezim-rezim sebelumnya maka bisa dipastikan para aktifisnya akan menjadi sasaran persekusi oleh penguasa. Meski dilapangan tidak sedikit aktifis gerakan tagar #2019GantiPresiden yang terciduk oleh aparat, namun pesannya jelas bahwa rezim yang ada saat ini lebih baik dari pada rezim-rezim sebelumnya, itu lah *hyper realitas* yang hendak dibangun.

Ketiga; Makna lagu 2019 Ganti Presiden. Dalam konsepsi Simulakra, lagu *2019 Ganti Presiden*

yang merupakan tetesan dari maraknya gerakan tagar #2019GantiPresiden bukanlah sebuah peristiwa kehadiran musik biasa sebagaimana halnya musik-musik lainnya yang hanya sebatas hadir di atas panggung kampanye untuk memeriahkan suasana kampanye. Kalau kita mengingat satu poin penting Simulakra adalah permainan pertanda. Pertanda awal lagu *2019 Ganti Presiden* adalah sebagai media kampanye politik yang tercerminkan dalam tujuannya untuk menyuarakan “sudah tidak ada lagi kesempatan bagi Petahana untuk kembali memimpin” dalam pemilihan umum 2019, menjadi poin penting untuk menghindari bias saat lagu ini diterima oleh publik. Lagu *2019 Ganti Presiden* sukses menjadi peristiwa politik sekaligus sukses sebagai hiburan bagi ssiapa saja yang menginginkan munculnya Presiden baru. Pemberitaan politik dan pun bisa muncul hanya karena lagu *2019 Ganti Presiden*, ini merupakan bukti bahwa lagu *2019 Ganti Presiden* bukan sekedar lagu biasa.

Lagu ini juga kerap dinyanyikan secara bersama-sama oleh masyarakat yang turut berpartisipasi dalam berbagai rangkaian kegiatan yang diadalah oleh aktifis gerakan tagar #2019GantiPresiden, lagu tersebut secara gamblang mengajak para pendengarnya utnuk tidak lagi memilih Petahana. Secara *hyper realitas* pun mereka yang menyanyikan dan mendengarkan lagu tersebut masuk dalam barisan orang-orang yang tidak lagi menginginkan Petahana memimpin di periode selanjutnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan serangkaian penjelasan diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa unsur-unsur simulakra Jean Baudrillard, simulasi, realitas dan Hiper-realitas memenuhi segala aspek dalam gerakan tagar #2019GantiPresiden, baik bagi mereka yang tergabung dalam barisan penantang Petahana mau pun yang masuk dalam barisan pendukung Petahana. Kita bisa melihat uraiannya sebagai berikut:

Pertama; #2019GantiPresiden berhasil menjadi lebih dari sekedar tagar yang terombang-ambing dan kemudian lenyap tertimbun dengan tagar populer yang muncul kemudian dalam dunia maya, tagar ini bertransformasi menjadi sebuah “konten politik” yang nyata bagi kedua kubu yang bersaing. #2019GantiPresiden merupakan simbol perlawanan terhadap kezaliman bagi kubu penantang Petahana, #2019GantiPresiden merupakan tagar suci yang harus senantiasa digaungkan. Sedangkan bagi kubu pendukung Petahana #2019GantiPresiden merupakan simbol pemecah kesatuan bangsa, simbol ini harus ditenggelamkan dan siapa saja yang menggaungkannya harus mendapat perlawanan. Tagar #2019GantiPresiden bagi kedua belah kubu merupakan simbol yang membedakan antara kebaikan dan kejahatan, masing-masing kubu merasa bahwa mereka merupakan representasi kebaikan dan kubu yang ada diseborang merupakan representasi dari kejahatan.

Kedua; media massa, baik yang merupakan media massa arus

utama mau pun medai massa alternatif, pun turut memainkan peranannya dalam permainan simulakra ini. Media massa-media massa itu turut membentuk opini publik dan berupaya menciptakan sebuah realitas yang diharapkan menguntungkan pasangan calon tertentu, tergantung mereka merupakan media massa partisan dari kelompok yang mana.

Ketiga; tidak hanya para penggiat dunia media massa, pada tahun 2019 ini para penggiat dunia seni dan dunia kreatif juga memiliki peran lebih dalam konstelasi politik pemilihan calon Presiden dan calon Wakil Presiden, dalam tulisan ini terlihat dengan munculnya lagu *2019 Ganti Presiden* yang merupakan perwujudan audio dari tagar #2019GantiPresiden. Lagu ini pun memiliki kekuatan untuk melakkan simulasi dan menguatkan realitas yang terkandung dalam tagar #2019GantiPresiden jika dilihat dari lirik lagu yang ada didalamnya.

Melihat tiga poin yang menjadi kesimpulan dalam tulisan ini maka kita harus ingat bahwa berbagai macam gerakan yang berasal dari dunia siber jika terus dilakukan secara masif maka akan mampu memberikan efek yang sangat besar di dunia nyata (Fadillah, Zhenglin, & Hao, 2019). Sebagaimana tagar #2019GantiPresiden yang pada awalnya hanya berupa cuitan di media sosial sukses bermetamorfosis menjadi gerakan massa kasat mata yang merepotkan Petahana. Tagar #2019GantiPresiden sukses menjadi simulasi yang memproduksi serangkaian pertanda, dan pertanda yang paling utama adalah

terkumpulnya kekuatan massa dalam jumlah besar untuk menumbangkan Petahana dalam pemilihan umum 2019. Fenomena ini sekaligus mampu menguatkan pendapat bahwa media sosial memiliki kekuatan yang sangat besar (Lotan, 2019), setiap cuitan yang ada di dalamnya memiliki kekuatan magis yang luar biasa untuk menggerakkan massa dalam jumlah besar (gerakan tagar #2019GantiPresiden telah membuktikan). Oleh karena itu perlu ada upaya serius dari semua pihak untuk menyusun berbagai kegiatan dak kegiatan positif kemudian mengajak orang lain untuk mengerjakannya bersama-sama, media sosial bisa menjadi tempat pertama untuk menggaungkannya.

Didamping itu penulis juga ingin emmberikan bebrapa saran dalam tulisan ini: *Pertama;* dengan berakhirnya konstelasi politik nasional pada tahun 2019 ini hendaknya masyarakat Indonesia secara umum harus bisa kembali merajut kebersamaan yang sempat terkikis. Para penggiat media sosial dari kedua kubu yang bertarung memiliki tanggungjawab moral untuk mendinginkan suasana, karena setiap realitas yang terbentuk dari fenomena tagar #2019GantiPresiden merupakan hasil produksi dan penyebaran yang dilakukan oleh para penggiat media sosial yang berperan menjadi *buzzer* politik bagi kedua belah kubu.

Kedua; para praktisi media massa, khususnya yang selama ini beroperasi menggunakan frekuensi publik hendaknya meluruskan orientasi penyiaran dan penyebaran informasinya agar kembali untuk melayani kepentingan masyarakat, bukan politisi. Karena sesungguhnya

frekuensi itu merupakan hak kekayaan rakyat dan sudah seharusnya tiap informasi yang disebarakan melalui frekuensi itu dimanfaatkan untuk kepentingan masyarakat yang jauh lebih luas dari hanya sekedar perebutan kekuasaan. Para otoritas pengawas penyiaran pun diharapkan bisa bertindak tegas atas berbagai penyimpangan penggunaan hak pakai frekuensi yang selama ini terjadi.

Ketiga; para seniman dan para aktor kreatif Indonesia diharapkan bisa terus berkarya untuk kepentingan bangsa yang jauh lebih luas pasca pertarungan politik nasional 2019. Lagu-lagu serta video klip yang selama ini beredar mewarnai dinamika politik nasional selama pagelaran pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2019 memiliki efek magis yang luar biasa, alangkah baiknya jika semua kreatifitas itu kembali digunakan untuk mendongkrak pembangunan bangsa, seperti untuk mendukung sektor pariwisata atau yang sejenisnya.

Penulis juga mendorong untuk munculnya penelitian-penelitian susulan yang mengulas berbagai fenomena sosial dan politik yang terjadi dari hanya sekedar aktifitas di media sosial. Dengan begitu maka kekayaan kajian keilmuan komunikasi yang berkaitan dengan efek kehadiran media baru dalam kehidupan masyarakat dapat makin berwarna dan diharapkan dapat memberikan solusi terhadap berbagai permasalahan yang dimunculkan karenanya.

DAFTAR PUSTAKA

- #2019GantiPresiden. (2018). 2019 ganti Presiden. Retrieved from YouTube website: <https://m.youtube.com/watch?from=singlemessage&feature=share&v=8v3009U3Bs&isappinstalled=0>
- Akademisi: Gerakan #2019GantiPresiden Tak Perlu Dirisaukan. (2019). Retrieved from Konfrontasi website: <https://www.konfrontasi.com/content/politik/akademisi-gerakan-2019gantipresiden-tak-perlu-dirisaukan>
- Anugrahadi, A. (2018). Pengamat: Perang Tagar Pilpres 2019 Bisa Tingkatkan Partisipasi Politik. Retrieved from Liputan6.com website: <https://www.liputan6.com/pilpres/read/3503707/pengamat-perang-tagar-pilpres-2019-bisa-tingkatkan-partisipasi-politik>
- Baudrillards, J. (1988). *Selected Writings* (Mark Poster, Ed.). Stanford: Stanford University Press.
- Baudrillards, J. (2018). Analysis Of Consumption Cultural Studies Essay.
- Didi Syafirdi. (2018). Bahaya gerakan #2019GantiPresiden di Indonesia. Retrieved from Merdeka.com website: <https://www.merdeka.com/politik/bahaya-gerakan-2019gantipresiden-di-indonesia.html>
- Douglas Kellner. (2007). Jean Baudrillard. Retrieved from Stanford Encyclopedia of Philosophy website: <https://plato.stanford.edu/entries/ baudrillard/>
- Fadillah, D. (2015). Model Komunikasi “WOM” Sebagai Strategi Pemasaran Efektif. *Humanika*, 15(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.21831/hum.v15i1.7642>
- Fadillah, D., Zhenglin, L., & Hao, D. (2019). Social Media and General Elections in Malaysia 2018 and Indonesia 2019. *Jurnal Komunikasi ISKI*, 4(1), 1–8. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v4i1.255>
- Fahmi, I. (2018). Tagar Dipandang Sebagai Simbol Gagasan Masyarakat. Retrieved from Republika website: <https://www.republika.co.id/amp/p80mdm284>
- Gerakan #2019GantiPresiden Langkah Awal Memperbaiki Nasib Bangsa. (2018). Retrieved from Republika website: <http://politik.rmol.co/read/2018/05/26/341554/Gerakan-#2019GantiPresiden-Langkah-Awal-Memperbaiki-Nasib-Bangsa->
- Helmi Shemi. (2018). 3 Manfaat Perang Tagar Menurut KPU dan Ahli Komunikasi. Retrieved from IDN Times website: <https://www.idntimes.com/news/indonesia/amp/helmi/3-manfaat-perang-tagar-menurut-kpu-dan-ahli-komunikasi-1>
- Ibrahim, G. M. (2019). Mardani Hadiri Deklarasi Relawan #2019GantiPresiden di Australia. Retrieved from Detik website: <https://news.detik.com/berita/d-4128284/mardani-hadiri-deklarasi-relawan-2019gantipresiden-di-australia>

- Izad, R. (2018). Perang Tagar di Media Sosial. Retrieved from Geotimes website: <https://geotimes.co.id/opini/perang-tagar-di-media-sosial/>
- J. Schor, Holt, B., & Holt., D. (2000). *The Consumer Society Reader*. US: New Press.
- Jandevi, U. (2019). New media for increasing political participation in Indonesia. *International Journal of Communication and Society*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.31763/ijcs.v1i1.119>
- Jean Baudrillard. (2017). *The Consumer Society Myth and Structures*. California: Sage Publication.
- Kanavino Ahmad Rizqo. (2018). Soal #2019GantiPresiden, Kapitra: Bayangkan Seandainya Era Suharto. Retrieved from DetikNews website: <https://news.detik.com/berita/d-4188003/soal-2019gantipresiden-kapitra-bayangkan-seandainya-era-suharto>
- Kardi, D. D. (2018). Lirik Lagu 2019 Ganti Presiden: Awas Kursimu Nanti Tergusur. Retrieved from CNN Indonesia website: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180521151937-20-300004/lirik-lagu-2019-ganti-presiden-awas-kursimu-nanti-tergusur>
- Khushendrapwati, S. margaretha. (2011). *Hiperealitas dan Ruang Publik, Sebuah Analisis Cultural Studies*. Jakarta: Penaku.
- Lotan, F. F. (2019). Making a positive internet through Socmed Agawe Guyub. *International Journal of Communication and Society*, 1(1), 9–16. <https://doi.org/10.31763/ijcs.v1i1.22>
- Putri Rosmalia Octaviyani. (2018). Tagar #2019gantipresiden Gejala Makar. Retrieved from Media Indonesia website: <https://mediaindonesia.com/read/detail/184021-tagar-2019gantipresiden-gejala-makar>
- Sugiyono. (2013). *Manajemen Metode Penelitian*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Ulfah, M., Fajri, C., & Fadillah, D. (2017). Pemahaman Literasi media Di Lingkungan Pengurus Pimpinan Wilayah Aisyiyah daerah Istimewa Yogyakarta Periode 2015-2020. *Informasi*, 47(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.21831/informasi.v47i2.16574>
- Yasraf Amir Piliang. (2001). Posmodernisme dan Ektasi Komunikasi. *Mediator*, 2(2), 166.