

# *Hegemonic Discourse dan Hegemonic Actor Potensi Konflik Sosial Menjelang Pemilihan Presiden*

## *Hegemonic Discourse and Hegemonic Actor Potential for Social Conflict Towards the Presidential Election*

Didik Haryadi Santoso<sup>1)</sup>, Rila Setyaningsih<sup>2)</sup> Supadiyanto<sup>3)</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Mercu Buana Yogyakarta

<sup>3</sup>STIKOM Yogyakarta

<sup>1,2</sup>Kampus III UMBY Jl. Ringroad Utara Condong Catur Depok, Sleman, DIY  
<sup>3</sup>Jl. Laksda Adisucipto No.279, Ambarukmo, Caturtunggal, Depok, Sleman, DIY

didikhs@mercubuana-yogya.ac.id<sup>1)</sup>

Diterima : 7 September 2023 || Revisi : 7 Oktober 2023 || Disetujui: 9 Desember 2023

**Abstrak**-Pemilihan presiden menjadi ajang kontestasi 5 tahunan yang sering menyisakan konflik sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mendalami bagaimana *hegemonic discourse* yang berkaitan dengan potensi konflik sosial dalam ruang virtual menjelang pemilihan presiden 2024 serta mengetahui bagaimana *actor hegemonic* yang terlibat. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif analisis diskursus Laclau & Mouffe dengan metode pengumpulan data melalui *web crawler* dan SNA (*Social Network Analysis*). Penelitian ini menemukan bahwa; *Pertama, hegemonic discourse* potensi konflik sosial menjelang pemilihan presiden terbagi menjadi dua yaitu (1) diskursus potensi konflik SARA dan (2) diskursus potensi konflik politik. Konflik SARA merujuk pada potensi konflik suku dan agama. Potensi konflik politik yang terjadi di ruang virtual ditemukan pada ketiga kandidat bakal calon presiden yaitu Anies Baswedan, Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto. Potensi konflik politik lainnya yaitu konflik politik yang berisi penolakan-penolakan dari ketiga bakal calon presiden. *Kedua, Hegemonic Actor* dalam diskursus menjelang pemilihan presiden didominasi oleh *non state actor* atau aktor-aktor intelektual dan *buzzer* yang terhubung dengan jaringan sesama pendukung, dan bukan berasal dari *state actor* dan *online news* (industri media online). Selain *Actor Hegemonic*, kontestasi aktor-aktor pada diskursus pemilihan presiden terbagi dalam empat kluster aktor utama, yakni kluster pendukung Anies Baswedan, Erick Thohir, Ganjar Pranowo, dan *online news*.

**Kata Kunci:** konflik sosial, ruang virtual, media sosial, pemilihan presiden

**Abstract**-*This study aims to explore how hegemonic discourse is related to the potential for social conflict in virtual space ahead of the 2024 presidential election and find out how the hegemonic actors are involved. This research is a qualitative research analysis of Laclau & Mouffe's discourse with data collection methods through web crawlers and SNA. This study found that; First, the hegemonic discourse on the potential for social conflict ahead of the presidential election is divided into two, namely (1) the potential for SARA conflict and (2) the potential for political conflict. SARA conflict refers to the potential for ethnic and religious conflict. The potential for political conflict that occurs in virtual space is found in the three presidential candidates, namely Anies, Ganjar and Prabowo. Second, Hegemonic Actors in the discourse ahead of the presidential election are dominated by non-state actors or intellectual actors and buzzers who are connected to a network of fellow supporters, and not from state actors and online news. Apart from the Hegemonic Actor, the contestation of actors in the presidential election discourse is divided into four main actor clusters, namely the Anies Baswedan, Erick Thohir, Ganjar Pranowo, and online news clusters.*

**Keywords:** social conflict, virtual space, social media, presidential election

## PENDAHULUAN

Penggunaan teknologi internet telah mengalami peningkatan yang sangat signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Jika melihat data hasil survei APJII dan *Indonesian Survey Center*

(ISC) jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan yang cukup tinggi yaitu 73,7 persen dari populasi Indonesia atau setara dengan 196,7 juta pengguna internet, dari total populasi

Indonesia sebesar 266,9 juta penduduk (<https://web.kominfo.go.id> diakses pada tanggal 27 Agustus 2023). Pada tahun 2014, pengguna internet tercatat sebanyak 38.191.873, pengguna aktif sosial media sebanyak 62.000.000 dan penetrasi penggunaan teknologi mobile phone sebanyak 281.963.665. Angka ini naik sangat signifikan pada saat tahun 2019, terjadi kenaikan yaitu di angka 9,1% dari total populasi Indonesia. Kemudian pengguna *mobile phone* mengalami peningkatan 2%, pengguna aktif sosial media meningkat 9% dan pengguna sosial media naik di angka 10% (Hotsuite data. Diakses pada tanggal 27 Agustus 2023). Dengan kekuatannya, media sosial dapat memberikan kemerdekaan dan kebebasan bagi penggunanya untuk mengonsumsi konten apa saja dan kapan saja. Namun, media sosial dengan konten dan aktor-aktor yang hegemonik juga dapat mempengaruhi emosi dan relasi para audiens, bahkan dapat menimbulkan bencana sosial atau konflik sosial. Konflik sosial terdiri dari 5 (lima) bentuk diantaranya yaitu konflik individu, konflik rasial, konflik pertarungan antar kelas sosial, konflik politik dan konflik internasional. Konflik sosial dalam penelitian ini dibatasi pada konflik politik dan konflik rasial. Keduanya dipilih karena cukup sering muncul ke permukaan khususnya dalam konteks pemilihan presiden. Meskipun bentuk-bentuk konflik sosial lainnya juga dapat ditemukan dalam kontestasi pemilihan presiden.

Konflik sosial terutama yang terjadi pada ruang virtual kerap dimulai dari munculnya aktor-aktor hegemonik dan konten atau diskursus yang juga hegemonik. Aktor dan diskursus hegemonik disini tidak selalu berarti memiliki jumlah konten yang banyak secara digital kuantitatif melainkan dilihat dari sisi digital kualitatif. Artinya, boleh jadi diskursus menjelang pemilihan presiden beragam narasi dan wacana namun diskursus yang khusus berkaitan dengan potensi konflik sosial seperti SARA dan politik identitas hadir secara kuat dibanding diskursus lainnya yang lebih umum dan tidak memiliki problem sosial dan kultural. Hegemoni dalam penelitian ini pun tidak dimaknai sebagai penguasaan suatu kelompok atas kelompok lain dan perjuangan kelas atau

peran kelas seperti yang digagas oleh Gramsci. Namun dimaknai sebagai *relations* atau hubungan yang serujuk dengan apa yang digagas oleh Ernesto Laclau. Dalam terminologi Laclau, hubungan dalam praktek hegemoni ditentukan oleh diskursus dan bukan ditentukan oleh determinisme ekonomi. Relasi tersebut berada di setiap identitas sosial, dan didalamnya menyiratkan ketidakseimbangan antara artikulator dan artikulasi atau praktik sosial yang mereproduksi atau mengubah cara mendapatkan makna (Jorgensen & Phillips, 2002.) Diskursus hegemonik yang dielaborasi dari pemikiran Laclau melekat pada kata kunci *the power of relations* dari diskursus yang mencuat ke permukaan publik. Praktek diskursus yang hegemonik ditentukan oleh hubungan dan ketersambungan diskursus yang bermuara pada titik nodal (*nodal point*) dan berada pada perebutan makna oleh audiens.

Konsep diskursus hegemonik dalam penelitian ini merujuk pada konten-konten digital dalam bentuk diskursus dan artikulasi yang bertemu didalam titik nodal (*nodal point*) dan memiliki *impact* berbasis *web crawler*. Konsep diskursus hegemonik disini berbeda dengan era media-media konvensional yang bergerak secara sentralistik dan kaku atau tidak cair. Diskursus yang hegemonik di era media baru sangat cair, sangat cepat berubah dan sangat sulit dikontrol atau dikendalikan oleh aktor-aktor dalam media baru.

Sebagai implikasinya, diskursus hegemonik menjadi salah satu kekuatan namun liar tak terkendali dan secara tidak langsung dapat mengontrol cara audiens dalam mendapatkan makna atau memaknai sebuah peristiwa. Jika dikaitkan dengan konteks kontestasi pemilihan presiden, *meaning* dan kemenangan pertarungan virtual dapat terus diperebutkan tergantung kekuatan diskursus hegemonik yang dimainkan, aktor yang memproduksi dan mendistribusikan diskursus tersebut dan semua bergantung pada kekuatan modal. Salah benar, misinformasi dan disinformasi tidak menjadi hal yang penting dan utama untuk diperhatikan. Perhatian justru berfokus pada diskursus hegemonik yang seperti

apa dan dengan *impact* yang seperti apa yang akan menjadi fokus dan tujuan utama dan hal ini tentu menjadi problem dengan implikasi akhir adalah terjadi konflik sosial didalam ruang virtual yang jauh berbeda dengan apa yang terjadi di era *old media*.

Diskursus didalam era *old media* lebih banyak dioperasionalkan secara terpusat dan bersifat *top-down*. Selain itu, aktor-aktor yang terlibat cenderung dikuasai oleh *state actor*, elit partai politik, dan pemilik korporasi media. Hal ini berbanding terbalik di era media baru termasuk media sosial. Diskursus berada pada ruang yang cair dan temporal serta didominasi oleh aktor di luar Negara (*non state actor*). Hal ini merupakan salah satu yang akan dibuktikan pada penelitian ini. Pola penyebaran konten tidak lagi *top-down* melainkan *bottom-up*, saat dimana setiap orang dapat melemparkan konten dan diskursus apa saja, kapan saja, dimana saja dan melalui medium komunikasi apa saja.

Diskursus di era media baru dapat secara cepat menghegemoni publik virtual, sebagaimana temuan penelitian Mona Kasra tentang konten hegemonik pada konten-konten kekerasan (Kasra, 2017). Kasra menggunakan metode kualitatif yang dilakukan secara *online participatory* yang melihat bagaimana gambar kekerasan di Internet dan menghegemoni. Dalam konteks yang lain, diskursus tidak bergantung pada siapa yang memiliki atau mengendalikan media, namun siapa yang membangun dan menyebarkan informasi paling menariklah yang memegang kunci (Sarah, 2014).

Penelitian tentang media baru dan hegemoni di tingkat internasional masih sangat minim. Terdapat beberapa penelitian tentang media baru yang berkaitan dengan hegemoni diantaranya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Shaila M. Miranda, Amber Young, dan Emre Yetgin. Penelitian tersebut menelaah tentang bagaimana proses digitalisasi berhadapan dengan media komunikasi konvensional dan menemukan bahwa media sosial di satu sisi dapat berperan dan bersifat emansipatoris namun di sisi yang lain dapat sangat hegemonik (melakukan kontrol

ideologis) (Miranda et al., 2016). Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan objek wacana seputar Stop Pembajakan Online (SOPA) (Miranda et al., 2016).

Penelitian lainnya yaitu penelitian oleh Johan Farkas dan Jannick Schou. Penelitian Johan Farkas dan Jannick Schou menggunakan metode kualitatif-interpretatif. Mereka menemukan bahwa konsep berita palsu telah berubah menjadi bagian penting dalam perjuangan politik kontemporer (Farkas & Schou, 2018). Selain itu, penelitian tersebut menemukan bahwa berita palsu digunakan oleh berbagai posisi dalam ruang sosial sebagai sarana untuk menghegemoni termasuk memojokkan bahkan menyerang dan mendelegitimasi lawan politik (Farkas & Schou, 2018).

Penelitian tentang konflik sosial telah banyak diteliti oleh peneliti di Indonesia dan di luar negeri. Namun penelitian tentang konflik sosial dalam ruang virtual sangat terbatas diantaranya yaitu konflik sosial Aksi Bela Islam yang terjadi di ruang publik virtual. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan netnografi. Penelitian itu menemukan bahwa fitur *keyword* yang tersedia pada *Google Trends* menjadi alat hegemoni media dalam mengarahkan proses pencarian berita dengan informasi secara seragam. Hal ini bermuara pada terjadinya polarisasi massa terkait “Aksi Bela Islam”. (Sarwoprasodjo & Lubis, 2019). Suyati dalam penelitiannya menemukan bahwa masalah konflik yang kerap terjadi di masyarakat yang berkaitan dengan media sosial diantaranya yaitu penyebaran *hoax*, maraknya *cyber-hate* dan *cyber bullying* (Suyati, 2021).

Dalam penelitian yang lain, ditemukan bahwa bahwa pada media sosial Twitter dengan fasilitas fitur *hashtag* dan *trending topic* memiliki peranan penting dalam proses interaksi antar pengguna yang memungkinkan adanya kebebasan berpendapat, kebebasan akses dan kebebasan berserikat. (Sarwoprasodjo & Lubis, 2019). Penelitian lainnya menganalisis penyebab timbulnya konflik dalam komunitas virtual. Penelitian tersebut menemukan bahwa Faktor

konflik sosial dalam komunitas virtual remaja yaitu kesalahpahaman dalam memahami teks, pendapat, sensitivitas terhadap simbol, waktu dan fungsi. Konflik ini membuat anggota komunitas virtual terfragmentasi menjadi tiga kelompok yaitu kelompok konservatif, liberal dan *silent reader* (Triantoro, 2019). Dari sekian banyak *database* pada SLR (*Systematic Literature Review*) yang terjaring ke dalam jurnal-jurnal internasional bereputasi dan terakreditasi, belum banyak penelitian yang secara khusus melihat konflik sosial dalam ruang virtual dengan melihat *hegemonic discourse* dan kontestasi aktor yang terlibat di dalamnya. Penelitian ini fokus pada media sosial twitter dan hanya pada diskursus yang berkaitan dengan konflik sosial dalam ruang virtual menjelang pemilihan presiden tahun 2024. Pada pilpres 2019, isu nasionalisme dan populisme menjadi isu yang menguat dalam kontestasi politik nasional di Indonesia (Lestari, 2018; Santoso et al., 2020).

Penelitian ini *urgent* mengingat problem dan potensi konflik sosial bersumber pada kontestasi-kontestasi politik seperti pemilihan presiden pada saat menjelang dan pasca pemilihan presiden. Terlebih konflik sosial yang terjadi mudah meledak dan menyebar karena perantara *new media* termasuk media sosial. Dipilihnya diskursus Pemilihan presiden dengan berbagai pertimbangan diantaranya yaitu; pertama, pemilihan presiden menjadi isu yang sangat kompleks di Indonesia, berhasil menarik perhatian semua pihak, dan kerap menimbulkan konflik berkepanjangan. Kedua, diskursus pilpres berpotensi terjadinya konflik sosial dan konflik virtual. Jika saja problem hegemoni dalam media baru tidak terbaca sedari sekarang, maka problem lain dapat tumbuh dan berkembang. Sehingga pada akhirnya, berimbas pada konflik sosial, bencana sosial dan mengancam kualitas demokrasi di Indonesia.

Tujuan penelitian ini ialah untuk mendalami tentang potensi konflik sosial dalam ruang virtual dan aktor hegemonik menjelang pemilihan presiden tahun 2024. Rumusan pertanyaan penelitian yaitu; Bagaimana *hegemonic discourse* yang berkaitan dengan potensi konflik sosial

dalam ruang virtual menjelang pemilihan presiden 2024? Bagaimana *actor hegemonic* yang terlibat? Pertanyaan tersebut menjadi benang merah dari penelitian ini.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini fokus pada *hegemonic discourse* potensi konflik sosial dalam ruang virtual dan kontestasi aktor menjelang pemilihan presiden tahun 2024. Pemilihan presiden menjadi *nodal point* (penanda utama, pengikat atas berbagai momen-momen diskursus hegemonik) dari diskursus pemilihan presiden. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode diskursus Laclau dan Mouffe sebagai pisau analisisnya. Laclau dan Mouffe memberikan alternatif dalam memahami wacana. Bagi Laclau dan Mouffe, semua realitas sosial dapat ditempatkan sebagai fenomena wacana dan tidak membedakan antara “dimensi wacana”. Selain itu kajian diskursus Laclau dan Mouffe dapat menjangkau berbagai relasi-relasi yang lebih luas cakupannya (Narwaya, 2021). Adapun alur dan prosedur penelitian adalah sebagai berikut:

1. Penetapan kata kunci guna proses *crawling* data. Kata kunci yang digunakan adalah *pemilihan presiden*. (konflik sosial berbentuk konflik SARA dan politik identitas tidak dapat ditemukan jika menggunakan kata kunci *SARA* dan *politik identitas*, sehingga peneliti perlu melakukan reduksi data-data dari web *crawler* dengan kata kunci yang lebih luas namun tetap fokus).
2. Menemukan artikulasi dan *moment* yang berkaitan dengan konflik sosial dalam media sosial.
3. Reduksi data-data diskursus dari *web crawler*
4. Analisis *hegemonic discourse* potensi konflik sosial dalam ruang virtual
5. Selanjutnya, melakukan *tracking* aktor-aktor via SNA (*Social Network Analysis*).
6. Analisis aktor-aktor hegemonik dan *subject position*.

## Metode Pengumpulan Data

Penggalan data *moment*, artikulasi dan diskursus dilakukan dengan teknik *web crawler* berkolaborasi dengan *astramaya.id*. Dengan demikian pemetaan dari *big data* tentang teks dan diskursus menjadi lebih mudah dan cepat serta dapat dalam skala besar. *Web crawler* adalah program perayapan data yang menyelidiki dan mencari konten di web dan media sosial. Data pemberitaan online diambil dari link situs berita online dengan menggunakan *web crawler*. Peneliti terlibat aktif dalam proses pengambilan data diantaranya yaitu menentukan momen, kata kunci (*keyword*) dan diskursus yang telah ditentukan yaitu diskursus pemilihan presiden dengan ragam bentuk turunan elemen diskursusnya. Peneliti juga terlibat dalam mereduksi data-data *web crawler* yang tidak berkaitan langsung dengan diskursus pemilihan presiden. Data hasil dari pencarian *web crawler* inilah yang kemudian dianalisis. *Web crawler* dalam penelitian ini dibatasi pada bulan Maret, April dan Agustus tahun 2023. Dipilihnya bulan tersebut dengan pertimbangan bahwa terdapat *moment* penetapan bakal calon presiden dan pembentukan koalisi-koalisi baru serta *moment* potensi konflik sosial berkaitan dengan kontestasi pemilihan presiden. Selain itu, terdapat banyak artikulasi diskursus yang muncul pada bulan-bulan tersebut termasuk turunan penolakan-penolakan pada ketiga bakal calon presiden. Pada kajian tentang relasi antar aktor, menggunakan metode SNA. SNA adalah metode penelitian yang menitikberatkan pada bagaimana melihat hubungan (*relationship*) dan memberikan gambaran atau hasil berupa informasi secara individu (Wu & Duan, 2015). SNA merupakan metode yang digunakan untuk menyelidiki struktur sosial melalui jaringan (Rousseau, 2014). Dengan menggunakan SNA, kontestasi aktor, dan interrelasi aktor akan terlihat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Hegemonic Discourse* Tentang Potensi Konflik Sosial dalam Ruang Virtual

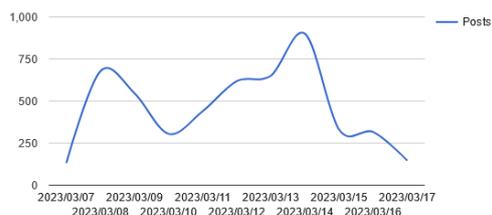
Pada konteks pendalaman potensi konflik dalam ruang virtual, *crawling* data dengan

menggunakan kata kunci SARA, konflik politik atau politik identitas justru tidak mendapatkan hasil yang signifikan. Aktor media sosial tentu tidak akan menyebutkan kontennya berbau SARA, politik identitas atau memiliki potensi konflik sosial dan politik, meskipun diskursus yang dipaparkan mengarah hal-hal tersebut. Oleh karenanya penggunaan kata kunci difokuskan pada pemilihan presiden. Kemudian dari total data percakapan *web crawler*, akan direduksi, dipilih dan ditelaah dengan kacamata pandang Ernesto Laclau dengan melihat potensi konflik sosial, *nodal point*, *moment*, artikulasi, dan diskursus. Mengenai total data percakapan pemilihan presiden yang diperoleh melalui *web crawler* adalah sebagai berikut:

**Tabel 1** *Web Crawler* Data Percakapan Tentang Pemilihan Presiden 2024

<i>Dataset Name</i>	Pemilihan Presiden
<i>Dataset Source</i>	Twitter
<i>Total Messages</i>	5063
<i>Unique Posters</i>	2743

Data diatas merupakan data *web crawler* tentang percakapan pemilihan presiden dengan total 5063. Total percakapan ini memiliki grafik yang fluktuatif bergantung pada *moment* dan artikulasi yang dimunculkan setiap aktor di media sosial twitter. Volume percakapan ini jika dibandingkan dengan tema dan topik lain, memiliki volume percakapan yang lebih besar. Hal ini disebabkan oleh *moment* pemilihan presiden selalu menjadi minat dan perhatian publik virtual termasuk aktor dan audiens di media sosial. Meskipun grafik percakapan atau *posting* tidak selama merangkak naik ke atas melainkan naik turun tergantung peristiwa yang menarik perhatian publik seperti penentuan bakal calon presiden, pembentukan koalisi-koalisi hingga aksi-aksi penolakan pada bakal calon presiden. Berikut grafik *posting* dengan kata kunci *pemilihan presiden*.



**Gambar 1** Grafik *Posting* tentang Pemilihan Presiden

Grafik diatas menunjukkan fluktuatifnya *posting* yang berkaitan langsung dengan pemilihan presiden. Jika dicermati lebih detail, naik dan turunnya grafik tersebut disebabkan oleh diskursus yang muncul ke permukaan publik virtual. Sebagai contoh, pada bulan maret tercipta koalisi perubahan antara Partai Nasdem, PKS dan Demokrat. Hal ini tentu menjadi perbincangan publik virtual dan bermuara pada banyaknya *posting* tentang diskursus tersebut. Namun demikian, penelitian ini tidak berfokus pada seberapa tinggi atau seberapa banyak data-data kuantitatif tentang diskursus yang muncul ke permukaan publik, melainkan berfokus pada diskursus-diskursus yang memiliki potensi konflik sosial dalam ruang virtual. Setelah *crawling* data percakapan didapatkan, peneliti mereduksi data, menelaah dan menemukan mana *nodal point*, *moment*, dan artikulasi yang berhubung kait dengan potensi konflik sosial. Data set percakapan disortir dan dilihat satu persatu agar presisi untuk menemukan benang merah potensi konflik sosial menjelang pemilihan presiden 2024. Dari total 5063 percakapan peneliti menemukan *nodal point* (penanda utama, pengikat atas berbagai momen-momen diskursus hegemonik) yang berkaitan dengan potensi konflik sosial yaitu konflik SARA dan konflik politik.

### Diskursus Potensi Konflik Sara dan Konflik Politik

Isu SARA (Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan) kerap digunakan para peserta pemilu sebagai alat *political marketing* yang memberikan dampak negatif bagi peserta pemilu lainnya sebagai lawan politik (Fany, 2018). Pada pemilihan presiden tahun 2019, tepatnya saat menjelang pemilihan presiden, isu sara di media

sosial memiliki intensitas yang tinggi jika dibandingkan pada portal pemberitaan online (Juditha, 2019). Dalam penelitiannya, Juditha menemukan bahwa intensitas tema atau isu SARA lebih tinggi dibandingkan portal pemberitaan online disebabkan oleh karena sifat sosial media yang memberikan ruang kebebasan dalam berpendapat (Juditha, 2019). Tentu hal ini berpengaruh pada indeks demokrasi di Indonesia.

Jika dicermati data indeks demokrasi tentang kebebasan berpendapat pada 2 (dua) periode pemilihan presiden (2014 dan 2019) terjadi penurunan yang signifikan. Kebebasan berpendapat pada tahun 2014 sebesar 67,51% turun menjadi 64,29% di tahun 2019 dan kembali turun 56,06% di tahun 2020 (www.bps.go.id. diakses pada tanggal 20 Juli 2023). Hal ini ditengarai dengan hadirnya *state actor* yang mengawasi adanya interaksi sosial dalam dunia maya maupun dunia nyata yang bermuara pada menurunnya kualitas demokrasi di Indonesia (Wasisto, 2021).

Diskursus tentang suku dan ras dalam temuan data di penelitian ini merujuk pada diskursus kesukuan antara lain suku Jawa, luar Jawa dan Cina. Diskursus tentang suku Jawa dan Cina jika didekatkan dengan konteks pemilihan presiden, mendapat perhatian khusus bagi publik virtual terutama didalam percakapan-percakapan media sosial.

Ganjar itu orang Jawa, kalo *head to head* lawan Anies ga pake wapres, kalah Anies. Orang Jawa itu akan tetap pilih orang Jawa apapun yg terjadi. mau apapun resikonya, Indonesia ini jatuh ke tangan cina sekalipun yg penting Presiden orang Jawa. Itulah kelemahan sistem PILPRES kita. (Twitter Dataset @BradHarizz. Diakses pada tanggal 1 April 2023)

Karena Ahok cina dan kristen dia gampang memenangkan Pilgub. Kl pilpres nanti dulu Krn biasa presiden dari suku Jawa. Ya apa yg ditabur itulah yg akan dituai (Twitter Dataset @nonikdona2. Diakses pada tanggal 1 April 2023)

Selain tentang suku dan ras, diskursus potensial konflik lainnya adalah diskursus yang

berkaitan dengan agama. Agama Islam dan Kristen menjadi 2 (dua) agama yang selalu dilibatkan dalam diskursus pada saat kontestasi pemilihan presiden di Indonesia. Sentimen suku dan agama menjadi barang jualan yang cukup laku dalam kontestasi 5 tahunan tersebut. Artikulasi tentang agama dalam diskursus pilpres juga melibatkan artikulasi dan aktor lain seperti Ahok. Ahok menjadi penanda kosong (*empty signifier*) yang setiap waktu diisi oleh artikulasi-artikulasi yang baru sebagaimana dalam data set percakapan di twitter berikut ini.

Dua2nya pakai politik agama. Bedanya Anies kelihatan ahok gak kelihatan. Lu kira kita2 yg Kristen gk diajak2in milih ahok? Lu kira didalam gereja gk ada bahas pilkada? Ada cuma mainnya halus. Kadang ada yg diselipkan saat kotbah, kadang saat2 pertemuan informal jemaat. (Twitter Dataset @aintahcinom. Diakses pada tanggal 1 April 2023)

Didalam kontestasi pemilihan presiden, artikulasi dan diskursus tentang “antek asing dan antek *aseng*” kerap muncul ke ruang publik, tidak terkecuali ruang publik virtual. Poros Washington dan poros Beijing menjadi 2 (dua) kekuatan besar yang mau tidak mau dirasa oleh kandidat untuk dilibatkan atau dilawan salah satu diantara keduanya. Publik virtual di media sosial juga turut memperbincangkan melalui percakapan-percakapan mereka. Setiap calon atau bakal calon presiden akan selalu mendapat pengamatan khusus dari publik virtual, apakah sang calon antek asing atukah antek *aseng*. Salah satu percakapan di media sosial twitter dalam kaitannya dengan pemilihan presiden dan antek asing dan antek *aseng* sebagaimana dataset twitter berikut ini.

Teriakkan terus Presiden Jokowi antek asing dan aseng, hal itu semata2 untuk menutupi perjuangan kita mengingat sesungguhnya semua negara barat telah menyatakan dukungan kepada perjuangan kita di Pilpres 2024. #Jarnas Anies Baswedan Kadrun Khilafah Antitesa Nasdem KIP KIB PDIP (Twitter Dataset @aniespedia. Diakses pada tanggal 1 April 2023)

Selanjutnya, mengenai konflik politik. Konflik politik dalam penelitian ini merujuk pada konflik yang didasarkan atas perbedaan pandangan politik. Konflik politik dapat terjadi antar pendukung dengan beda pilihan politik. Baik dalam konteks pemilihan presiden maupun dalam konteks perbedaan ideologi-ideologi diluar konteks pemilihan presiden. Konflik politik ini dapat muncul secara spontan dan instan di media sosial namun juga cepat menghilang seiring dengan berjalannya waktu. Dalam penelitian ini, konflik politik yang terjadi di ruang virtual ditemukan pada ketiga kandidat bakal calon presiden yaitu Anies Baswedan, Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto. Konflik politik yang ditemukan dan sesuai dengan periode penelitian ini diantaranya yaitu konflik politik yang berisi penolakan-penolakan dari ketiga bakal calon presiden Republik Indonesia. Penolakan-penolakan yang muncul terhadap Anies Baswedan, Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto yang berpotensi konflik diantaranya yaitu penolakan Anies di Riau oleh Koalisi Mahasiswa Peduli Demokrasi (KMRPD). Penolakan Walhi (Wahana Lingkungan Indonesia) atas Ganjar terkait diskursus lingkungan, penolakan aktivis 98 terhadap Prabowo Subianto terkait HAM (Hak Asasi Manusia). Praktek konflik politik dalam bentuk penolakan-penolakan ini cukup diwaspadai baik oleh masyarakat maupun Negara. Sebab, konflik politik berupa penolakan yang semula hanya dalam ruang virtual dapat berpindah cepat dan instan dalam ruang sosial dan ruang publik kita.

Bermula dari artikulasi dan diskursus muncul di dalam realitas virtual di media sosial twitter kemudian bergeser kedalam realitas empirik. Demikian pula sebaliknya. Hal ini disebabkan karena *ping pong* realitas di era media baru sangat cepat, instan, dan pragmatis.

*Pingpong* realitas yang sangat cepat tersebut membuka peluang terjadinya mobilisasi massa dalam ruang virtual sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh D.H. Santoso. Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa medium virtual bernama sedekahrombongan.com dapat memobilisasi massa dalam ruang virtual dengan

menggerakkan relawan, audiens virtual dan juga para donatur. Mobilisasi sosial dalam ruang virtual tersebut juga telah menggerakkan audiens pasif menjadi audiens aktif dan produktif dalam kegiatan-kegiatan sosial. (Santoso, 2014). Dapat dibayangkan bagaimana mobilisasi tersebut terjadi pada konflik-konflik sosial dalam ruang virtual. Tentu imbas dan kontestasinya tidak hanya secara virtual melainkan bergerak ke dalam konflik-konflik sosial dalam ruang empiris yang sudah tentu membahayakan dan melibatkan banyak pihak. Dalam peristiwa terdahulu, penolakan tokoh pada saat di terminal kedatangan bandara pernah terjadi di Indonesia. Potensi peristiwa itu kembali tetap ada pada saat menjelang pemilihan presiden 2024, apalagi diskursus tentang penolakan-penolakan di dalam media sosial dapat dengan mudah viral dan tersebar.

Konflik politik lainnya yang berkaitan dengan perbedaan pandangan politik dan ideology terekam dalam data web crawler berbentuk hastag (#) #NUbukanislam dan #ikutpakde. Jika dilihat secara detail, #NUbukanislam lahir dari kelompok religius kanan, sementara #ikutpakde berasal dari kelompok nasionalis. Namun penelitian ini tidak fokus pada kontestasi kedua kelompok tersebut. Konflik politik dalam data web crawler juga menunjukkan adanya kecenderungan politik identitas. Politik identitas menjadi jurus ampuh dan alat marketing politik yang cukup signifikan mengeruk suara para pemilih. Politik identitas ini data dari berbagai kelompok termasuk dari kelompok kanan garis keras sebagaimana data web crawler pada percakapan di media sosial berikut ini.

Kalau sampai pilpres 2024 ini ada kecurangan ,maka sy berharap pada seluruh umat islam untuk mengambil alih kekuasaan dgn cara apapun, yang sangat kelihatan saat ini PAK ANIESLAH YG BERPELUANG 80% UNTUK MENJADI PRESIDEN\*\*\*\*\* (Twitter Dataset @aminullo7. Diakses pada tanggal 1 April 2023)

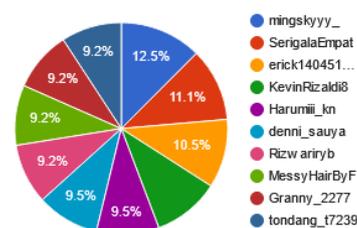
Namun demikian, fenomena politik identitas telah menjadi perhatian publik virtual dan telah ada inisiasi untuk melawan politik identitas. Diantara

perlawanan terhadap politik identitas tercermin dari data web crawling dalam bentuk posting media sosial twitter, diantaranya yaitu:

POLITIK IDENTITAS KHUSUSNYA POLITISASI AGAMA, ALARM BAHAYA BAGI NKRI. Pilpres 2024 memang masih lama, tp aromanya sudah tercium kuat. Upaya penolakan penggunaan politik identitas pun terus digaungkan oleh semua pihak, dari mulai Presiden, Bawaslu, BNPT, BPIP, TNI (Twitter Dataset @s3mut1reng. Diakses pada tanggal 1 April 2023)

### Hegemonic Actor Menjelang Pemilihan Presiden

Sebagaimana yang telah dipaparkan di awal bahwa hegemoni tidak dimaknai sebagai penguasaan atas kelompok lain melainkan dimaknai sebagai relations merujuk pada pandangan Laclau & Mouffe. Hegemoni juga tidak berada pada posisi yang tetap dan statis, melainkan bersifat sementara (temporal) dan dinamis. Aktor-aktor hegemonik yang muncul dalam diskursus menjelang pemilihan presiden juga bersifat sementara (temporal). Berbeda waktu, beda konteks dan beda konten diskursus maka berbeda pula aktor-aktor hegemoniknya. Berikut data aktor-aktor hegemonik dengan kata kunci pemilihan presiden pada Maret 2023.



Gambar 2 Top Ten Posters

Data pada gambar nomor 2 menunjukkan tentang top ten poster dengan ragam latar belakang. Hal yang menarik untuk didalami dari data top ten diatas adalah apa tagar/hastag yang dibangun dan berada pada pihak yang mana para aktor-aktor top ten tersebut. Berikut tabel detail

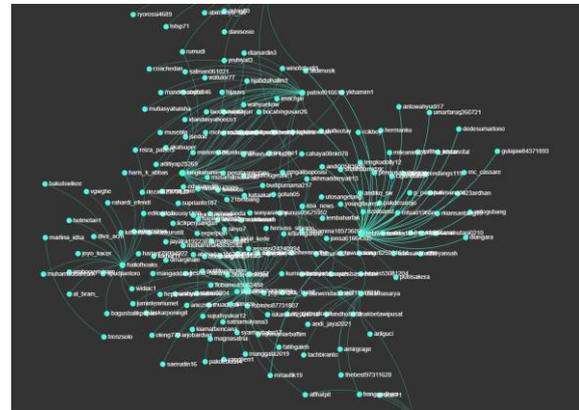
berdasarkan penelusuran langsung secara *real time online*.

**Tabel 2** *Top Ten Actor Hegemonic*

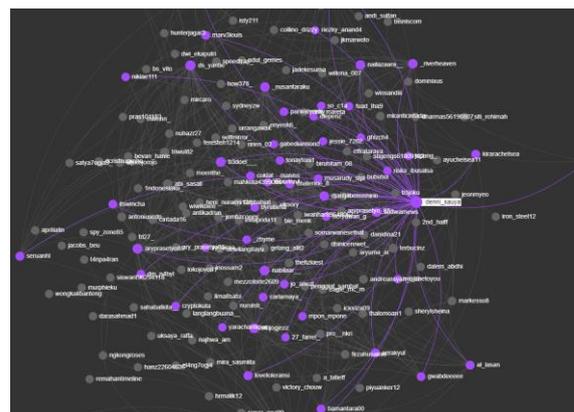
<b>Top Ten Actor Hegemonic</b>	<b>Hastag (#) yang disuarakan</b>
@mingskyyy_	#bersamaprabowo #jokowinomics #menatamasadepan
@SerigalaEmpat	#bersamaprabowo #jokowinomics #menatamasadepan
@Erick140451997	#ikutpakde
@kevinrizaldi8	-
@Harumiii_kn	#bersamaprabowo #jokowinomics #menatamasadepan
@Denni_sauya	#ET_Cawapresunggulan
@rizwariryb	#bersamaprabowo #jokowinomics #menatamasadepan
@MessyHairByf	#bersamaprabowo #jokowinomics #menatamasadepan
@Granny_2277	#bersamaprabowo #jokowinomics #menatamasadepan
@tondang_t7239	#bersamaprabowo #jokowinomics #menatamasadepan

*Top ten Actor Hegemonic* didominasi oleh pendukung Prabowo Subianto. Aktor-aktor hegemonik ini bersifat sementara dan akan berubah seiring konteks ruang, waktu dan diskursus yang dimunculkan di ruang media sosial. *Top ten Actor Hegemonic* tidak berasal dari *state actor* atau *online news* (industri media online) melainkan dari *non state actor* atau aktor-aktor intelektual dan *buzzer* yang terhubung dengan jaringan sesama pendukung Prabowo Subianto. Selain dari *Top ten Actor Hegemonic*

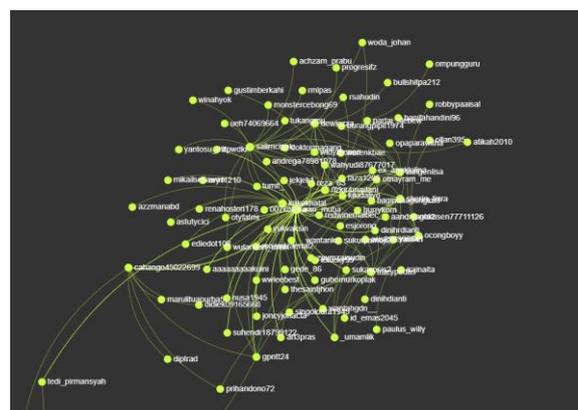
diatas, kontestasi aktor-aktor pada diskursus pemilihan presiden terbagi dalam empat kluster aktor utama, yakni kluster pendukung Anies Baswedan, kluster Erick Thohir, kluster Ganjar Pranowo, dan kluster *online news*.



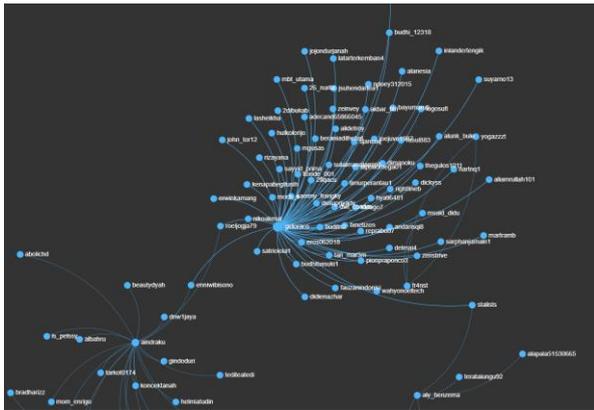
**Gambar 3** Kluster Pertama Pendukung Anies Baswedan



**Gambar 4** Kluster Kedua Pendukung Erick Thohir



**Gambar 5** Kluster Ketiga Pendukung Ganjar Pranowo



**Gambar 6** Kluster Keempat *Online News*

Pada kluster pertama (gambar 3), akun @relawananies, @rinashaqueena dan @patriot016610 menjadi *nodes* (aktor) terkuat dan aktor pengikat dari kluster Anies Baswedan. Kluster kedua (gambar 4) yaitu pendukung Erick Thohir yang menyuarakan agar Erick Thohir maju menjadi calon wakil presiden. Akun @denni\_sauya, @03\_nakula, dan @ds\_yantie menjadi aktor penarik aktor-aktor lainnya yang lebih kecil. Selanjutnya, kluster ketiga. Kluster ketiga (gambar 5), merupakan kluster pendukung Ganjar Pranowo dengan titik sentrak *nodes* (aktor) ada pada akun @aan\_muba, @laingenlisa, dan @salimcipok. Kluster terakhir (gambar 6) adalah kluster *online news* atau aktor dari industri media online. Kluster empat memang memiliki jaringan konektivitas berbeda jika dibandingkan dengan ketiga kluster lainnya. Hal ini dikarenakan kluster keempat dibangun dan dirintis melalui jaringan-jaringan media online dan para audiens virtual yang gemar membaca informasi-informasi populer.

Akun informasi populer @geloraco memiliki kedekatan dengan dinamika diskursus di Indonesia. Akun @geloraco menyajikan konten-konten ilmiah populer seperti informasi terkini terkait para kandidat bakal calon presiden dan proses-proses pembentukan koalisi-koalisi. Diskursus pemilihan presiden secara tidak langsung merangsang akun informasi populer untuk menyajikan informasi ringan seputar calon presiden Republik Indonesia tahun 2024. Perputaran diskursus dalam keempat kluster ini mengikuti prinsip *market of attention*. Modal utama media arus utama adalah kekuatan konten,

sedangkan *buzzer* menggunakan modal interaksi aktif, dan influencer menggunakan modal jumlah pengikut. Dari empat kluster di atas, tiga kluster terbangun dan terbentuk dari relasi antar pendukung kontestan (Anies Baswedan, Prabowo Subianto, Ganjar Pranowo dan Erick Thohir). Berbeda dengan kluster keempat yang tumbuh dan berkembang melalui audiens-audiens virtual yang gemar dengan informasi dan berita-berita populer seputar kontestasi pemilihan presiden di Indonesia. Namun demikian, keempat kluster tersebut bertemu pada satu *nodal point* yang sama yaitu pemilihan presiden.

Perdebatan menjelang pemilihan presiden 2024 di media sosial memiliki struktur aktor dan diskursus yang sepenuhnya berbeda dengan diskursus lainnya seperti diskursus pada Pemilu 2019. Dalam kontestasi diskursus pada pemilihan presiden tahun 2019, polemik itu membentuk fraksi-fraksi ideologi antar aktor di Twitter, yakni kelompok nasionalis pro-negara, nasionalis kiri, dan kelompok Islamis dengan pendapat menurut ideologi masing-masing untuk mengoreksi basis asumsi dasar dari isu-isu yang diangkat kandidat calon presiden, seperti isu pangan, infrastruktur, radikalisme, dan energi, agar lebih berpihak menurut ideal-ideal masing-masing kelompok (Santoso et al., 2020), (Santoso, 2021).Aktor-aktor yang terlibat pada diskursus pemilihan presiden pada penelitian ini baru muncul dari audiens virtual para pendukung calon presiden dan industri media online. Hal ini berbeda dengan temuan penelitian ini oleh karena penelitian ini fokus pada diskursus menjelang pemilihan presiden dengan jarak waktu yang masih cukup panjang dengan proses pencoblosan pemilu. Berbeda dengan temuan Santoso (2020) yang telah masuk pekan debat para kandidat calon presiden.

Terakhir, mengenai *subject position* dalam konteks diskursus pemilihan presiden. Namun sebelum itu, perlu ditegaskan bahwa istilah *subject* yang digagas oleh Laclau sangat berbeda dengan apa yang digagas oleh Althusser. Althusser mengartikan subjek sebagai sesuatu yang otonom, berdiri sendiri dan telah ditentukan sebelumnya. Hal ini jauh berbeda dengan apa

yang digagas oleh Laclau dan menjadi rujukan dalam penelitian ini. Laclau memaknai subjek tidaklah otonom dan subjek bukan ditentukan sebelumnya akan tetapi ditentukan oleh diskursus yang melingkupinya. Artinya, posisi subjek akan ditentukan dari cara kerja diskursus yang sedang berlangsung dan sedang mengitarinya.

Dalam kontestasi diskursus menjelang pemilihan presiden khususnya dalam konteks penelitian ini, didominasi oleh *non state actor* namun bukan politisi dan aktivis melainkan para pendukung, *buzzer* dan *influencer*. Aktor-aktor tersebut menemukan titik pertemuan dan titik persamaannya dan diikat oleh *moment*, diskursus dan tentang pemilihan presiden. Para aktor-aktor yang terlibat sebagai subjek tidaklah berada pada satu posisi yang statis, tunggal, stagnan. Melainkan memainkan peran dan posisi hingga dua atau tiga posisi berbeda secara bersamaan, dan dinamis. Dalam perspektif Laclau, istilah posisi subjek (*subject position*) akan tergantung pada bagaimana struktur diskursus yang beroperasi. *Subject position* Anies Baswedan, Prabowo Subianto dan Ganjar Pranowo ditentukan oleh kerja diskursus yang melingkupinya baik secara realitas empiris maupun secara realitas virtual. Relasi diskursus dan posisi subjek dalam realitas virtual yang lebih detail, tentu menjadi penelitian yang menarik dimasa yang akan datang.

## KESIMPULAN

Tujuan penelitian adalah untuk mendalami *hegemonic discourse* berkaitan dengan potensi konflik sosial dalam ruang virtual menjelang pemilihan presiden 2024 serta mengetahui *actor hegemonic* yang terlibat. Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan dapat disimpulkan;

Pertama, *hegemonic discourse* potensi konflik sosial menjelang pemilihan presiden 2024 terbagi menjadi dua yaitu (1) diskursus potensi konflik SARA dan (2) diskursus potensi konflik politik. Diskursus potensi konflik SARA dalam temuan data dilapangan merujuk pada potensi konflik suku (Jawa, luar Jawa dan Cina) dan agama (Islam dan Kristen). Diskursus konflik politik merupakan diskursus tentang konflik yang didasarkan atas

perbedaan pandangan politik. Diskursus potensi konflik politik yang terjadi di ruang virtual ditemukan pada ketiga kandidat bakal calon presiden yaitu Anies Baswedan, Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto. Diskursus potensi konflik politik lainnya yaitu diskursus konflik politik yang berisi penolakan-penolakan dari ketiga bakal calon presiden Republik Indonesia. Penolakan-penolakan yang muncul terhadap Anies Baswedan, Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto yang berpotensi konflik diantaranya yaitu penolakan Anies di Riau oleh Koalisi Mahasiswa Peduli Demokrasi (KMRPD). Penolakan Walhi (Wahana Lingkungan Indonesia) atas Ganjar terkait diskursus lingkungan, penolakan aktivis 98 terhadap Prabowo Subianto terkait HAM (Hak Asasi Manusia). Diskursus potensi konflik SARA dan diskursus konflik politik mendapat perhatian khusus bagi publik virtual terutama didalam percakapan-percakapan media sosial.

Kedua, *hegemonic actor* dalam diskursus menjelang pemilihan presiden didominasi oleh *non state actor* atau aktor-aktor intelektual dan *buzzer* yang terhubung dengan jaringan sesama pendukung, dan bukan berasal dari *state actor* dan *online news* (industri media online). Aktor-aktor hegemonik tersebut didominasi oleh pendukung Prabowo Subianto. Meskipun hal tersebut bersifat sementara dan akan berubah seiring konteks ruang, waktu dan diskursus yang dimunculkan di ruang media sosial. Selain dari *top ten actor hegemonic*, kontestasi aktor-aktor pada diskursus pemilihan presiden terbagi dalam empat kluster aktor utama, yakni kluster pendukung Anies Baswedan, kluster Erick Thohir, kluster Ganjar Pranowo, dan kluster *online news*.

Penelitian ini merekomendasikan lembaga Negara penyelenggara pemilu dan lembaga terkait untuk dapat memantau diskursus potensi-potensi konflik sosial dalam ruang virtual yang berpotensi konflik pula dalam ruang empiris. Potensi konflik yang terbaca pada data-data ruang virtual dapat dengan cepat bergerak ke dalam konflik sosial dalam realitas empirik. Jika hal ini tidak dapat diantisipasi sedari dini, maka kita sedang akan menghadapi konflik sosial 5 tahunan yang memiliki efek yang tidak sedikit, berkepanjangan

dan dapat menurunkan kualitas demokrasi di Indonesia.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Kemendikbud-ristek yang telah mendanai penelitian ini melalui Hibah Kerjasama dalam Negeri. Terimakasih pula kami ucapkan kepada Universitas Mercu Buana Yogyakarta dan Astramaya.id yang telah banyak membantu penelitian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Fany, L. (2018). *Isu Sara (Suku Agama, Ras Antar Golongan) dalam Pemilu/Pilkada*. 154–170.
- Farkas, J., & Schou, J. (2018). Fake News as a Floating Signifier: Hegemony, Antagonism and the Politics of Falsehood. *Javnost*, 25(3), 298–314. <https://doi.org/10.1080/13183222.2018.1463047>
- Haryadi Santoso, D. (2014). Mobilisasi Sosial dalam Ruang Virtual: Social mobilization in the Virtual Space: Study of Virtual Ethnography on [www.sedekahrombongan.com](http://www.sedekahrombongan.com). *Jurnal Pekommas*, 17(1), 1–8. [www.sedekahrombongan.com](http://www.sedekahrombongan.com),
- Jorgensen, M., & Phillips, L. J. (2002). *Discourse Analysis as Theory and Method*. SAGE Publication.
- Juditha, C. (2019). Comparison of SARA Issues Sentiment between Online News Portal and Social Media Towards the 2019 Election. *Journal Pekommas*, 4(1), 61. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2019.2040107>
- Kasra, M. (2017). Vigilantism, public shaming, and social media hegemony: The role of digital-networked images in humiliation and sociopolitical control. *Communication Review*, 20(3), 172–188. <https://doi.org/10.1080/10714421.2017.1343068>
- Lestari, Y. S. (2018). Politik Identitas Di Indonesia : Antara Nasionalisme Dan Agama. *Journal of Politics and Policy*, 1(1), 19–30.
- Miranda, S. M., Young, A., & Yetgin, E. (2016). Are social media emancipatory or hegemonic? Societal effects of mass media digitization in the case of the SOPA discourse. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 40(2), 303–329. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2016/40.2.02>
- Narwaya, T. G. (2021). Discourse Analysis in the Perspective of Ernesto Laclau and Chantal Mouffe. *Journal Communication Spectrum*, 11(1), 1–11. <https://doi.org/10.36782/jcs.v1i1.2106>
- Rousseau, E. O. & R. (2014). Journal of Information Science. *Journal of Information Science*, 28(December 2002), 441–453. <https://doi.org/10.1177/016555150202800601>
- Santoso, D. H. (2021). New Media and Nationalism in Indonesia: An Analysis of Discursive Nationalism in Online News and Social Media after the 2019 Indonesian Presidential Election. *Malaysian Journal of Communication*, 37(2), 289–304. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2021-3702-18>
- Santoso, D. H., Aziz, J., Pawito, Utari, P., & Kartono, D. T. (2020). Populism in New Media: The Online Presidential Campaign Discourse in Indonesia. *Gema Journal*, 20(May), 115–133. <https://doi.org/10.17576/gema-2020-2002-07>
- Sarah, O. (2014). Russian State Narrative in the Digital Age: Rewired Propaganda in Russian Television News Framing of Malaysia Airlines Flight 17. *American Political Science Association Annual Meeting, August*, 1–18.
- Sarwoprasodjo, S., & Lubis, D. P. (2019). Google Trends dan Analisis Pengelolaan Konflik Sosial di Ruang Publik Virtual. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(1), 51–66.
- Suyati. (2021). Dampak Media Sosial Terhadap Konflik di Masyarakat. *Jurnal Petik*, 7(1), 30–36.
- Triantoro, D. A. (2019). *Konflik Sosial dalam Komunitas Virtual di Kalangan Remaja*. 13(April), 135–150. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol13.iss2.art2>
- Wasisto, R. J. (2021). Fenomena Kemunduran Demokrasi Indonesia 2021. *2021*, 27.
- Wu, Y., & Duan, Z. (2015). Social network analysis of international scientific collaboration on psychiatry research. *International Journal of Mental Health System*, 9(2), 1–10.