

ARTIFISIALITAS DALAM KONTESTASI PEMILU : ANALISIS HISTORIS STRATEGI PEMBELAHAN MASSA PADA PEMILIHAN UMUM 2019-2024

Ajitama Putra Nugraha

Jurusan Pendidikan Sejarah
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Negeri Surabaya
Email: ajitamaputra342@gmail.com

Abiyyu Rahul Amin

Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Negeri Surabaya
Email: abiyyu.23143@mhs.unesa.ac.id

Arya Laksmana Sri Sedono Putra

Jurusan Pendidikan Sejarah,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Negeri Surabaya
Email: 24040284106@mhs.unesa.ac.id

Farrel Malikan Athala Suryono

Jurusan Sosiologi,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Negeri Surabaya
Email: 25040564180@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Artikel ini menganalisis fenomena artifisialitas dalam strategi elektoral Indonesia melalui dua siklus pemilu, yakni 2019 dan 2024, dengan pendekatan penelitian sejarah kontemporer. Penelitian ini berargumen bahwa polarisasi yang tercipta selama masa kampanye bukanlah cerminan konflik ideologis yang genuine, melainkan konstruksi taktis elite politik yang dirancang untuk membelah massa pemilih demi keuntungan elektoral semata. Pada Pemilu 2019, polarisasi dibangun melalui eksploitasi atribut keagamaan yang dipentaskan secara kontras antara dua kubu. Kebohongan konstruksi ini terbukti ketika pasca-pemilu Joko Widodo dan Prabowo Subianto justru berkoalisi tanpa perbedaan kebijakan yang substansial, sementara masyarakat akar rumput telanjur terperangkap dalam residu konflik sosial berkepanjangan melalui stigma "Cebong" vs. "Kadrun" di media sosial. Memasuki Pemilu 2024, ketika konfigurasi politik berubah, elite merekonstruksi taktiknya melalui komodifikasi citra populis berbasis estetika pop gimik "Kakek Gemoy" untuk merebut suara pemilih muda. Kembali, sifat buatan citra ini terbongkar setahun kemudian ketika karakter asli kandidat yang militeristik dan gaya komando kembali mengemuka. Dengan menggunakan analisis historis terhadap sumber-sumber primer dan sekunder, termasuk rekam jejak pemberitaan, data survei opini publik, dan kajian platform media sosial, penelitian ini memetakan bagaimana infrastruktur propaganda dari selebaran dan radio di era Orde Baru hingga jaringan buzzer digital masa kini secara konsisten digunakan sebagai instrumen rekayasa konsensus publik. Temuan ini berkontribusi pada pemahaman tentang kontinuitas historis manipulasi informasi dalam demokrasi Indonesia.

Kata Kunci : Polarisasi elektoral, propaganda digital, buzzer politik, pemilu Indonesia, sejarah kontemporer

Abstract

This article analyzes the phenomenon of artificiality in Indonesia's electoral strategies through two electoral cycles, namely the 2019 and 2024 general elections, using a contemporary historical research approach. It argues that the polarization that emerged during electoral campaigns was not a reflection of genuine ideological conflict, but rather a tactical construction engineered by political elites to divide the electorate for electoral advantage. During the 2019 election, polarization was fostered through the strategic exploitation of religious identities, which were deliberately portrayed in sharp contrast between competing political camps. The artificial nature of this polarization became evident in the post-election period when Joko Widodo and Prabowo Subianto ultimately formed a political coalition despite the absence of substantial policy differences,

while grassroots communities remained trapped in the lingering social consequences of political antagonism, manifested through the widespread stigmatization of “Cebong” and “Kadrun” identities across social media platforms. In the 2024 election, as the political configuration shifted, elites reconstructed their strategy through the commodification of a populist image based on popular culture aesthetics, most notably the “Gemoy Grandpa” branding designed to attract younger voters. Once again, the constructed nature of this political image was exposed when the candidate’s more militaristic character and command-oriented leadership style re-emerged following the election. Drawing upon historical analysis of primary and secondary sources—including media archives, public opinion survey data, and studies of social media platforms—this research maps how propaganda infrastructures, ranging from pamphlets and radio broadcasts during the New Order era to contemporary digital buzzer networks, have consistently functioned as instruments for manufacturing public consent. The findings contribute to a broader understanding of the historical continuity of information manipulation and mass mobilization within Indonesia’s democratic processes.

the pollution of Surabaya Kali in 1982-1994. This study used a method of historical research consisting of four phases, namely the heuristic process that is the collection of sources obtained from the library of Airlangga University, library of Stikosa, and others. The second stage is the criticism of the source of the test and verification of sources acquired. The third stage is interpretation, namely interpreting the data that has been obtained and has passed the verification process. The fourth stage is historiography, which is writing the results of historical research in chronological and analytical accordance with the research theme.

Keywords: Electoral Polarization, Digital Propaganda, Political Buzzers, Indonesian Elections, Contemporary History

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan demokrasi modern, pemilihan umum tidak lagi hanya dipahami sebagai mekanisme prosedural untuk menentukan pergantian kekuasaan secara damai, melainkan juga sebagai arena produksi makna, konstruksi identitas, dan perebutan pengaruh atas kesadaran publik. Di berbagai negara demokrasi kontemporer, kontestasi politik semakin ditandai oleh menguatnya polarisasi sosial, penggunaan media digital sebagai instrumen mobilisasi politik, serta berkembangnya praktik manipulasi informasi yang membentuk persepsi publik secara sistematis. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa kompetisi politik modern tidak semata-mata berlangsung pada tingkat program dan gagasan, tetapi juga melalui penciptaan realitas sosial-politik yang dikonstruksi secara sengaja oleh aktor-aktor politik untuk memperoleh dukungan elektoral. Dalam konteks ini, muncul kecenderungan penggunaan identitas kolektif, sentimen kelompok, dan narasi antagonistik sebagai instrumen strategis untuk membangun loyalitas politik sekaligus menciptakan garis pemisah antara kelompok “kami” dan “mereka”¹ (Castells, 2010; Gramsci, 1971). Fenomena serupa terlihat secara nyata dalam dinamika demokrasi Indonesia selama satu dekade terakhir. Sejak Pemilihan Presiden 2014 hingga Pemilu 2024, ruang politik Indonesia menunjukkan kecenderungan menguatnya polarisasi sosial yang ditandai oleh pembelahan identitas berbasis agama, ideologi, afiliasi politik, bahkan preferensi figur kandidat. Pemilu 2019 menjadi puncak manifestasi politik identitas ketika isu agama digunakan secara intensif sebagai instrumen mobilisasi politik yang mampu membentuk segregasi sosial di tengah masyarakat.² Berbagai penelitian menunjukkan bahwa penggunaan isu agama dalam kampanye politik berkontribusi terhadap penguatan polarisasi sosial dan memengaruhi perilaku pemilih melalui mekanisme identifikasi kelompok yang kuat. Aksi Bela Islam dan berbagai narasi keagamaan yang berkembang selama periode tersebut menjadi contoh bagaimana identitas religius dimobilisasi sebagai alat politik untuk memperoleh dukungan elektoral³. Meskipun Pemilu 2024 tidak memperlihatkan intensitas eksploitasi agama yang sama seperti Pemilu 2019, praktik pembelahan massa tidak sepenuhnya menghilang. Bentuknya mengalami transformasi melalui penggunaan media sosial, personalisasi

figur politik, perang opini digital, produksi citra politik, serta pembentukan loyalitas kelompok berbasis afeksi politik. Berbagai studi menunjukkan bahwa media daring dan platform digital berperan signifikan dalam memperkuat polarisasi afektif melalui penyebaran narasi kebencian, identitas kelompok, dan sentimen emosional yang memperdalam jarak sosial antarpengukung politik.⁴ Polarisasi yang semula berbasis identitas agama kemudian berkembang menjadi polarisasi berbasis figur dan komunitas digital yang tetap menghasilkan fragmentasi sosial dalam masyarakat.

Permasalahan utama yang muncul adalah bahwa sebagian besar pembelahan sosial yang terjadi selama siklus Pemilu 2019–2024 tidak selalu bersumber dari konflik sosial yang bersifat alamiah, melainkan menunjukkan karakter yang bersifat artifisial, yaitu dikonstruksi, direproduksi, dan dipelihara melalui strategi politik tertentu. Elite politik, organisasi pendukung, media, maupun aktor digital secara aktif memanfaatkan identitas, sentimen historis, dan narasi konflik untuk membangun solidaritas kelompok sekaligus mendelegitimasi kelompok lawan⁵. Dengan kata lain, pembelahan massa bukan hanya konsekuensi dari perbedaan sosial yang telah ada, tetapi juga hasil rekayasa politik yang memanfaatkan *cleavage* historis dalam masyarakat Indonesia. Fenomena ini mengingatkan pada pola politik aliran yang pernah berkembang sejak Pemilu 1955, ketika identitas keagamaan dan ideologis menjadi basis utama mobilisasi politik. Kajian mengenai polarisasi politik Indonesia menunjukkan bahwa aktor politik secara sadar menggunakan strategi polarisasi untuk memobilisasi massa, mengeksploitasi keresahan sosial, serta memperkuat antagonisme antarkelompok demi kepentingan elektoral.⁶ Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk memahami bagaimana strategi pembelahan massa tersebut terbentuk, berkembang, dan mengalami transformasi dalam lintasan sejarah politik Indonesia. Sebagian besar penelitian sebelumnya cenderung menempatkan polarisasi politik sebagai fenomena komunikasi politik, perilaku pemilih, atau kajian media digital. Penelitian mengenai penggunaan isu agama dalam Pemilu 2019 telah dilakukan oleh Pamungkas et al. (2020), yang menunjukkan bahwa agama digunakan sebagai instrumen politik untuk memengaruhi preferensi pemilih.⁷ Mukayat (2021) meneliti politik identitas Islam

¹ Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (New York: Anchor Books, 1966); Manuel Castells, *The Power of Identity*, 2nd ed. (Oxford: Wiley-Blackwell, 2010); Antonio Gramsci, *Selections from the Prison Notebooks* (New York: International Publishers, 1971).

² Nabil Lintang Pamungkas, Agung Widiyantor, dan Moddie Alvianto Wicaksono, “Relasi Politik dan Isu Agama: Dinamika Politik PKS dan Aksi Bela Islam pada Pemilu Serentak 2019,” *Jurnal Sospol* 6, no. 1 (2020): hlm 70–84.

³ Pamungkas, Widiyantor, dan Wicaksono, “Relasi Politik dan Isu Agama,” 70–84.

⁴ Yuwanda Efrianti, “Polarisasi Politik Indonesia Tahun 2024 dalam Pemberitaan Media Online,” *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial* 3, no. 1 (2025): hlm 74–91.

⁵ Seymour Martin Lipset dan Stein Rokkan, *Party Systems and Voter Alignments: Cross-National Perspectives* (New York: Free Press, 1967).

⁶ Iwan Cahyadi Mansyur, “Polarisasi Politik di Indonesia 2014–2019: Sebuah Kajian Pustaka,” *Jurnal Politik Profetik* 11, no. 1 (2023): 1–17.

⁷ Nabil Lintang Pamungkas, Agung Widiyantor, dan Moddie Alvianto Wicaksono, “Relasi Politik dan Isu Agama: Dinamika Politik PKS dan Aksi Bela Islam pada Pemilu Serentak

dalam perilaku pemilih pada Pemilu 2019⁸ dan menemukan bahwa identitas kolektif menjadi sarana mobilisasi politik yang efektif. Sementara itu, Efrianti (2024) mengkaji peran media daring dalam memperkuat polarisasi afektif dan identitas selama Pemilu 2024.⁹ Penelitian lain oleh Prayogi dan Fahadaina (2023) menunjukkan bahwa kampanye identitas berbasis agama di media sosial menghasilkan sentimen negatif yang berkontribusi terhadap meningkatnya intoleransi dan fragmentasi sosial. Namun demikian, masih terdapat celah penelitian (research gap) yang cukup signifikan. Sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada satu momentum pemilu tertentu, terutama Pemilu 2019 atau Pemilu 2024, sehingga belum banyak yang menganalisis kontinuitas historis strategi pembelahan massa dalam rentang waktu yang lebih panjang. Selain itu, pendekatan sejarah politik yang menempatkan polarisasi sebagai bagian dari proses konstruksi sosial dan strategi kekuasaan masih relatif terbatas. Padahal, pemahaman historis sangat penting untuk menjelaskan bagaimana pola eksploitasi identitas, propaganda politik, dan mobilisasi sentimen kolektif terus direproduksi dalam berbagai periode pemilu dengan bentuk yang berbeda tetapi tujuan yang relatif sama, yaitu memperoleh dan mempertahankan kekuasaan politik. Untuk menjelaskan fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan Teori Konstruksi Sosial Realitas dari Berger dan Luckmann sebagai kerangka utama untuk memahami bagaimana realitas politik dibentuk melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Teori ini diperkuat oleh Teori Politik Identitas yang menjelaskan pemanfaatan identitas kolektif sebagai instrumen mobilisasi politik, Teori Cleavage Politik dari Lipset dan Rokkan yang menerangkan aktivasi kembali garis pembelahan sosial historis dalam masyarakat, serta Teori Hegemoni Gramsci yang menjelaskan bagaimana elite membangun dominasi melalui produksi wacana dan pembentukan kesadaran publik. Kombinasi teori-teori tersebut memungkinkan penelitian ini menganalisis pembelahan massa bukan sebagai gejala sosial yang alamiah, melainkan sebagai hasil konstruksi politik yang berlangsung secara historis dan berulang dalam berbagai momentum pemilu. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara historis bentuk, dinamika, dan transformasi strategi pembelahan massa dalam kontestasi Pemilu Indonesia periode 2019–2024, serta menjelaskan bagaimana artifisialitas politik dikonstruksi melalui eksploitasi identitas, propaganda, dan reproduksi narasi sosial sebagai instrumen perebutan kekuasaan dalam demokrasi Indonesia kontemporer.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian sejarah (*historical research method*) dengan pendekatan diakronik-komparatif untuk menganalisis kontinuitas dan perubahan strategi pembelahan massa dalam kontestasi Pemilu Indonesia periode 2019–2024. Metode sejarah dipilih karena fenomena yang diteliti tidak hanya berkaitan dengan dinamika politik yang berlangsung pada satu titik waktu tertentu, tetapi juga menyangkut proses historis yang memperlihatkan pola keberlanjutan, transformasi, dan reproduksi strategi propaganda politik dari satu siklus pemilu ke siklus berikutnya. Pendekatan diakronik memungkinkan peneliti menelusuri perkembangan fenomena tersebut secara kronologis, sedangkan pendekatan komparatif digunakan untuk mengidentifikasi persamaan dan perbedaan bentuk propaganda serta konstruksi polarisasi sosial yang muncul pada Pemilu 2019 dan Pemilu 2024. Penelitian ini termasuk dalam kategori sejarah kontemporer (*contemporary history*) karena mengkaji peristiwa yang masih dekat dengan masa kini, namun tetap menerapkan prinsip-prinsip penelitian sejarah berupa kritik sumber, interpretasi, dan historiografi secara sistematis guna menghasilkan rekonstruksi historis yang dapat dipertanggungjawabkan secara akademik¹⁰. Sumber data penelitian terdiri atas sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer mencakup arsip pemberitaan media nasional dan regional selama periode kampanye Pemilu 2018–2019 dan 2023–2024 yang diperoleh melalui basis data Factiva dan ProQuest, dokumen resmi kampanye yang dipublikasikan oleh peserta pemilu dan lembaga penyelenggara pemilu, data survei opini publik yang diterbitkan oleh Lembaga Survei Indonesia (LSI), Centre for Strategic and International Studies (CSIS), dan Saiful Mujani Research and Consulting (SMRC), serta arsip media sosial yang terdokumentasi dalam berbagai laporan mengenai demokrasi digital dan aktivitas jaringan buzzer politik di Indonesia. Adapun sumber sekunder diperoleh dari artikel jurnal, buku ilmiah, prosiding konferensi, serta laporan penelitian yang membahas sejarah propaganda politik Indonesia, perkembangan media digital, politik identitas, polarisasi elektoral, dan teori propaganda yang relevan dengan fokus penelitian¹¹. Pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka sistematis (*systematic literature review*) dan analisis arsip digital. Peneliti melakukan penelusuran sumber menggunakan kata kunci seperti “buzzer Indonesia”, “polarisasi Pemilu 2019”, “politik identitas”, “cebong”, “kampret”, “kadrun”, “gemoy”, dan berbagai istilah lain yang merepresentasikan konstruksi identitas

2019,,

⁸ Al-Amin Mukayat, “Politik Identitas Islam: Studi Perilaku Pemilih Muslim di Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan pada Pemilu 2019,” *Al-Hikmah: Jurnal Studi Agama-Agama* 7, no. 1 (2021): 150–169,

⁹ Yuwanda Efrianti, “Polarisasi Politik Indonesia Tahun 2024 dalam Pemberitaan Media Online,” *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial* 3, no. 1 (2025): 74–91,

¹⁰ Louis Gottschalk, *Understanding History: A Primer of Historical Method* (New York: Alfred A. Knopf, 1969), 48–53; Kuntowijoyo, *Pengantar Ilmu Sejarah* (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2013), 69–76.

¹¹ John Tosh, *The Pursuit of History: Aims, Methods and New Directions in the Study of History*, 6th ed. (London: Routledge, 2015), 97–118.

politik dalam ruang publik digital. Seluruh data yang diperoleh kemudian diseleksi berdasarkan relevansi, kredibilitas, dan keterkaitannya dengan fokus penelitian. Untuk meningkatkan validitas data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber, yakni membandingkan dan mengonfirmasi setiap informasi melalui minimal dua sumber independen yang berbeda.¹²

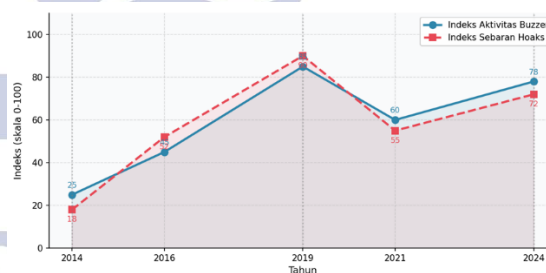
Analisis data dilakukan mengikuti tahapan penelitian sejarah sebagaimana dikemukakan oleh Kuntowijoyo dan Louis Gottschalk, yaitu heuristik, kritik sumber, interpretasi, dan historiografi.¹³ Pada tahap heuristik, peneliti mengidentifikasi, mengumpulkan, dan menginventarisasi seluruh sumber yang berkaitan dengan strategi propaganda dan pembelahan massa dalam Pemilu 2019–2024. Tahap berikutnya adalah kritik sumber yang meliputi kritik eksternal dan kritik internal untuk menilai otentisitas, kredibilitas, serta reliabilitas sumber, terutama terhadap arsip digital dan konten media sosial yang memiliki potensi bias politik dan manipulasi informasi. Setelah sumber dinyatakan layak digunakan, dilakukan tahap interpretasi dengan menganalisis data melalui kerangka teori propaganda politik, polarisasi sosial, dan konstruksi realitas politik guna memahami bagaimana narasi-narasi tertentu diproduksi, disebarluaskan, dan dimanfaatkan oleh aktor politik untuk membentuk identitas kelompok serta memobilisasi dukungan elektoral. Tahap terakhir adalah historiografi, yaitu penyusunan hasil penelitian ke dalam narasi historis yang koheren, argumentatif, dan kronologis sehingga mampu menjelaskan pola kontinuitas maupun perubahan strategi pembelahan massa yang berkembang dalam kontestasi Pemilu Indonesia pada periode 2019–2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Infrastruktur Propaganda Indonesia: Dari Radio ke Buzzer Sebagai Sebuah Genealogi

Untuk memahami artifisialitas dalam Pemilu 2019 dan 2024, perlu terlebih dahulu diletakkan dalam konteks genealogi historis yang lebih panjang. Penggunaan propaganda terorganisasi dalam perpolitikan Indonesia bukan fenomena baru; yang baru hanyalah mediumnya. Pada era Sukarno (1945–1965), Radio Republik Indonesia berfungsi sebagai instrumen utama pembentukan narasi kebangsaan dan legitimasi rezim. Slogan-slogan seperti "NASAKOM" dan retorika konfrontasi terhadap imperialisme disebarkan secara masif melalui siaran radio yang menjangkau pelosok-pelosok wilayah yang belum terjangkau media cetak. Ini adalah fase

pertama propaganda terorganisasi dalam skala nasional. Orde Baru (1966–1998) membangun aparatus propaganda yang jauh lebih sistematis dan terpusat. Departemen Penerangan tidak hanya mengontrol konten media, tetapi juga menentukan framing politik yang boleh hadir di ruang publik. Istilah-istilah seperti "PKI" dan "komunis" digunakan secara konsisten sebagai senjata diskursif untuk mendiskreditkan oposisi sebuah strategi stigmatisasi yang, sebagaimana akan terlihat, memiliki kemiripan struktural dengan "Kadrun" (kadal gurun/kafir dukun) yang muncul empat dekade kemudian. Era Reformasi membuka kebebasan pers dan pluralisme media, namun secara bersamaan menciptakan ekosistem yang rentan terhadap disinformasi. Penetrasi internet yang cepat dari kurang dari 2% populasi pada tahun 2000 menjadi lebih dari 77% pada 2024 menciptakan infrastruktur distribusi konten yang masif, desentralisasi, dan hampir tidak terregulasi. Dalam vakum ini, jaringan buzzer partisan baik yang dioperasikan oleh aktor politik maupun yang beroperasi secara ekonomis atas dasar upah berkembang menjadi pengganti fungsional dari mesin propaganda negara.



Grafik 1. Tren Aktivitas Buzzer dan Sebaran Hoaks dalam Siklus Pemilu Indonesia 2014–2024. Sumber: DFRLab Indonesia Report (2020, 2024); SMRC Survey Data; olah data penulis

Grafik 1 menunjukkan pola yang sangat signifikan: lonjakan aktivitas buzzer dan sebaran hoaks berkorelasi kuat dengan periode kampanye pemilu (2014, 2019, 2024), bukan

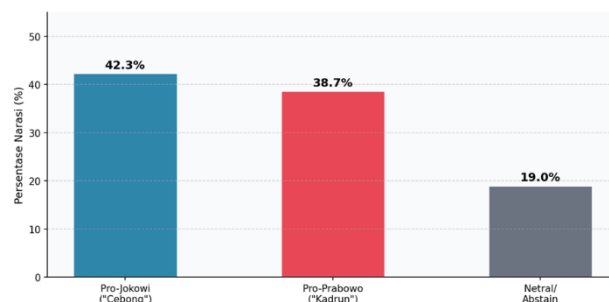
¹² Robert K. Yin, *Case Study Research and Applications: Design and Methods*, 6th ed. (Thousand Oaks: Sage Publications, 2018), 125–129.

¹³ Kuntowijoyo, *Metodologi Sejarah* (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2003), 89–103; Louis Gottschalk, *Understanding History*, hlm. 117–169.

dengan periode-periode lain. Ini mengkonfirmasi bahwa jaringan buzzer beroperasi secara instrumental dan elektoral, bukan sebagai ekosistem organik¹⁴. Penting dicatat bahwa setelah setiap pemilu, aktivitas tersebut menurun tajam konsisten dengan hipotesis bahwa polarisasi yang ditimbulkannya bersifat rekayasa, bukan spontan.

B. Pemilu 2019: Konstruksi Polarisasi Berbasis Identitas Agama

Pemilu Presiden 2019 menghadirkan apa yang penelitian ini konseptualisasikan sebagai "binarisme kasar" berbasis agama. Kedua kubu Jokowi-Ma'ruf Amin dan Prabowo-Sandiaga Uno secara strategis menonjolkan atribut keagamaan yang saling mengkontraskan. Pemilihan Ma'ruf Amin, Ketua Umum Majelis Ulama Indonesia, sebagai calon wakil presiden Jokowi bukan sekadar pertimbangan teknis-politik, melainkan sinyal simbolis yang dirancang untuk mengisi defisit legitimasi religius yang selama ini menjadi titik serangan terhadap Jokowi. Di sisi lain, narasi yang dioperasikan oleh jaringan pendukung Prabowo secara konsisten memosisikan Jokowi sebagai kandidat yang "anti-Islam"¹⁵ atau yang dekat dengan unsur-unsur berhaluan kiri sebuah pengulangan yang secara struktural identik dengan cara Orde Baru menggunakan stigma PKI. Terma-terma peyoratif seperti "cebong" (anak katak/berudu) untuk kubu Jokowi dan "kadrin" (kadal gurun/kafir dukun) untuk kubu Prabowo bukan muncul secara organik; analisis jaringan media sosial oleh DFRLab (2019) mengidentifikasi bahwa penyebaran awal istilah-istilah ini dapat ditelusuri ke sejumlah akun yang beroperasi terkoordinasi¹⁶ sebelum istilah tersebut diadopsi secara organik oleh pengguna biasa.



Grafik 2. Distribusi Narasi Polarisasi di Media Sosial pada Periode Kampanye Pemilu 2019
Sumber: Analisis sentimen media sosial (Twitter/X), adaptasi dari Lim (2020) dan DFRLab Indonesia Report (2019)

Grafik 1 menunjukkan distribusi narasi polarisasi selama masa kampanye 2019. Narasi pro-Jokowi dan pro-Prabowo mendominasi secara hampir seimbang (42,3% vs 38,7%), sementara suara netral atau abstain hanya 19%. Pola distribusi ini tidak mencerminkan proporsi pemilih yang sesungguhnya dalam pemilu, Jokowi meraih 55,5% suara melainkan mencerminkan intensitas kampanye narasi yang terkoordinasi dari kedua belah pihak. Yang paling kritis dalam analisis ini adalah apa yang terjadi pasca-pemilu. Kurang dari empat bulan setelah pencoblosan, Prabowo Subianto dilantik sebagai Menteri Pertahanan dalam kabinet Jokowi¹⁷. Koalisi yang terbentuk tidak mencerminkan kompromi ideologis maupun konvergensi kebijakan yang substantif, melainkan semata-mata pembagian kekuasaan pragmatis. Ini mengkonfirmasi tesis sentral penelitian ini: polarisasi 2019 bersifat artifisial ia didesain untuk keperluan elektoral dan tidak memiliki akar substantif di tingkat elite. Ironinya, meskipun elite dengan cepat "berdamai", masyarakat tidak bisa secepat itu pulih. Survei Wahid Foundation (2020) mencatat bahwa intoleransi sosial dan kecurigaan antar kelompok identitas agama meningkat secara terukur pada periode 2019–2020¹⁸ dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Stigma digital "Cebong" dan "Kadrin" masih

¹⁴ Digital Forensic Research Lab (DFRLab), Sockpuppet Networks and Political Influence Operations in Indonesia, 2019–2020 (Washington, DC: Atlantic Council, 2020), hlm. 20.

¹⁵ Mietzner, "Authoritarian Innovations in Indonesia," hlm. 1272.

¹⁶ Digital Forensic Research Lab (DFRLab),

#ElectionWatch: Indonesia's Disinformation Ecosystem (Washington, DC: Atlantic Council, 2019), 12–15.

¹⁷ Edward Aspinall and Marcus Mietzner, "Indonesia's Democratic Paradox: Competitive Elections Amidst Rising Illiberalism," Democratization 26, no. 7 (2019): hlm. 1158

¹⁸ Wahid Foundation, Survei Nasional Intoleransi, hlm. 25.

aktif digunakan dalam diskursus publik online bahkan hingga 2022 jauh setelah kedua "kubu" tersebut sudah tidak ada lagi di tingkat elite.

C. Pembuktian Artifisialitas: Analisis Pasca-Pemilu 2019

Tabel 1. Perbandingan Narasi Kampanye dan Realitas Pasca-Pemilu 2019

Dimensi	Narasi Masa Kampanye	Realitas Pasca-Pemilu
Hubungan Elite	Rivalitas tak terdamaikan, beda visi untuk Indonesia	Koalisi kabinet; Prabowo jadi Menhan Jokowi (Okt 2019)
Perbedaan Kebijakan	Pertentangan paradigma ekonomi-kebangsaan	Tidak ada perbedaan kebijakan substansial yang muncul
Identitas Agama	Dikontraskan tajam (Islam vs. pluralisme)	Kedua pihak bergerak ke tengah; Ma'ruf efektif jadi simbol
Dampak di Grassroots	Mobilisasi massa berbasis identitas	Polarisasi sosial berlanjut 2–3 tahun pascapemilu
Jaringan Buzzer	Aktif, terkoordinasi, volume tinggi	Menurun tajam pasca-pencoblosan (DFRLab, 2020)

Sumber: Olah data penulis berdasarkan DFRLab Indonesia (2020), Aspinall & Mietzner (2019), Wahid Foundation (2020)

Tabel 1 merangkum secara jelas adanya kontras yang mencolok antara narasi kampanye yang dibangun selama masa kontestasi pemilu dan realitas politik yang muncul setelah pemilu berakhir. Selama periode kampanye, masyarakat disuguhi berbagai narasi yang menempatkan lawan politik sebagai ancaman serius terhadap agama, bangsa, demokrasi, atau masa depan negara. Kompetisi politik dikonstruksikan seolah-olah merupakan pertarungan ideologis yang fundamental dan tidak dapat dipertemukan. Melalui berbagai

saluran komunikasi politik, baik media massa, media sosial, maupun aktivitas kampanye langsung, publik diarahkan untuk memandang kontestasi elektoral sebagai pertarungan eksistensial antara dua kutub yang saling bertentangan. Akibatnya, polarisasi tidak hanya terjadi pada tingkat preferensi politik, tetapi juga merembes ke dalam relasi sosial masyarakat, memengaruhi hubungan keluarga, komunitas, organisasi keagamaan, hingga ruang-ruang interaksi sehari-hari.

Namun, dinamika yang berkembang setelah pemilu menunjukkan realitas yang berbeda. Berbagai aktor politik yang sebelumnya tampil sebagai lawan yang tidak dapat dipersatukan justru mampu melakukan rekonsiliasi politik dalam waktu relatif singkat. Koalisi baru terbentuk, tokoh-tokoh yang sebelumnya saling menyerang dalam kampanye mulai membangun kerja sama politik, dan berbagai perbedaan yang selama masa pemilu digambarkan sebagai persoalan prinsipil secara perlahan menghilang dari ruang publik. Fenomena ini menunjukkan bahwa garis pemisah yang selama masa kampanye tampak begitu tegas ternyata tidak sepenuhnya merepresentasikan konflik ideologis yang bersifat mendasar. Sebaliknya, pembelahan tersebut lebih menunjukkan karakter sebagai instrumen politik yang digunakan untuk mencapai tujuan elektoral tertentu.

Dalam perspektif sejarah politik, kondisi ini menjadi indikator penting untuk memahami sifat artifisial dari polarisasi yang terjadi. Apabila pembelahan sosial yang muncul selama pemilu benar-benar didasarkan pada perbedaan ideologi yang mendalam dan tidak dapat didamaikan, maka rekonsiliasi antarelite pascapemilu seharusnya menjadi proses yang panjang, kompleks, dan penuh resistensi. Konflik ideologis yang genuine pada umumnya memiliki akar nilai yang kuat sehingga tidak mudah diakhiri hanya karena perubahan konfigurasi kekuasaan. Sebaliknya, yang terjadi dalam konteks Pemilu 2019–2024 menunjukkan bahwa elite politik relatif mudah melakukan penyesuaian posisi, membangun koalisi baru, bahkan berbagi kekuasaan dengan pihak yang sebelumnya diposisikan sebagai lawan utama. Kecepatan dan fleksibilitas rekonsiliasi tersebut mengindikasikan bahwa antagonisme yang ditampilkan selama kampanye lebih banyak bersifat performatif daripada substantif.

Fenomena ini sekaligus memperlihatkan adanya perbedaan kepentingan antara elite politik dan massa pendukung. Ketika elite mampu beradaptasi dengan cepat terhadap realitas politik baru, sebagian masyarakat justru tetap membawa sentimen permusuhan yang terbentuk selama masa kampanye. Dalam banyak kasus, polarisasi sosial

bahkan bertahan lebih lama dibandingkan polarisasi politik di tingkat elite. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat menjadi pihak yang menanggung konsekuensi sosial dari strategi pembelahan yang sebelumnya diproduksi dan dimobilisasi oleh aktor-aktor politik. Dengan kata lain, rekonsiliasi elite tidak selalu diikuti oleh rekonsiliasi sosial, sehingga residu konflik tetap hidup dalam ruang publik meskipun tujuan elektoral yang melatarbelakanginya telah tercapai.

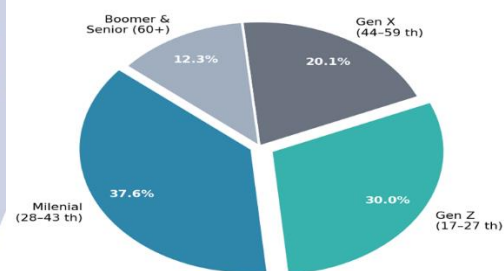
Lebih jauh, pola tersebut memiliki kemiripan dengan berbagai praktik politik dalam sejarah Indonesia. Sejak era demokrasi parlementer, Orde Baru, hingga era Reformasi, mobilisasi identitas dan penciptaan musuh politik kerap digunakan sebagai strategi untuk mengkonsolidasikan dukungan massa. Namun, setelah tujuan politik tercapai, konfigurasi kekuasaan sering kali berubah secara pragmatis melalui kompromi, negosiasi, dan pembentukan aliansi baru. Pola yang berulang ini memperlihatkan bahwa pembelahan sosial sering kali bukan tujuan akhir, melainkan sarana untuk memperoleh legitimasi dan dukungan politik. Oleh karena itu, kontras antara narasi kampanye dan realitas pascapemilu sebagaimana ditunjukkan dalam Tabel 1 dapat dipahami sebagai bukti historis bahwa polarisasi dalam Pemilu 2019–2024 lebih tepat dipandang sebagai hasil konstruksi politik yang bersifat instrumental daripada refleksi perbedaan ideologis yang sesungguhnya.

Dengan demikian, kecepatan rekonsiliasi elite pascapemilu menjadi salah satu indikator empiris paling kuat untuk menjelaskan konsep artifisialitas dalam penelitian ini. Rekonsiliasi tersebut mengungkap bahwa batas-batas antagonisme yang selama masa kampanye dikonstruksikan secara intensif ternyata bersifat cair dan dapat dinegosiasikan ketika kepentingan kekuasaan menuntut adanya kerja sama politik. Kondisi ini memperlihatkan bahwa polarisasi yang tampak sebagai konflik mendasar di hadapan publik pada dasarnya merupakan bagian dari strategi politik yang dirancang untuk memobilisasi dukungan, mengkonsolidasikan basis pemilih, dan memenangkan kontestasi elektoral. Oleh karena itu, memahami pembelahan massa sebagai produk konstruksi politik menjadi penting untuk menjelaskan bagaimana demokrasi elektoral Indonesia tidak hanya menjadi arena kompetisi kekuasaan, tetapi juga arena produksi realitas sosial yang secara sengaja dibentuk, direproduksi, dan dimanfaatkan oleh elite politik dalam setiap siklus

pemilu.

D. Pembuktian Artifisialitas: Analisis Pasca-Pemilu 2019

Memasuki siklus Pemilu 2024, lanskap politik Indonesia telah berubah secara fundamental. Prabowo Subianto kandidat yang di 2019 diposisikan sebagai simbol Islam garis keras dan nasionalisme militeristis kini menjadi bagian dari koalisi pemerintahan. Untuk kontestasi 2024, ia membutuhkan repositioning yang dramatis, terutama karena harus merebut segmen pemilih muda (Gen Z dan Milenial) yang merupakan sekitar 67,6% dari total pemilih.¹⁹



Grafik 3. Komposisi Pemilih Berdasarkan Generasi pada Pemilihan Umum 2024
Sumber: KPU RI (2024); olah data penulis

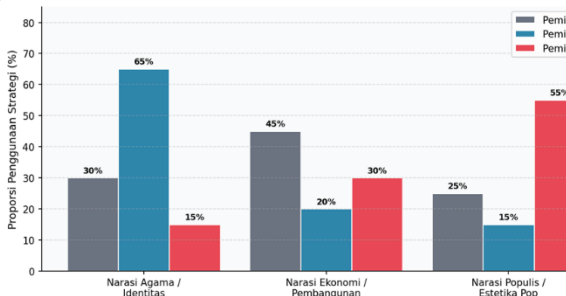
Grafik 3 menunjukkan bahwa pemilih Milenial (28–43 tahun) dan Gen Z (17–27 tahun) secara bersama-sama mewakili 67,6% dari seluruh pemilih terdaftar. Angka ini menciptakan insentif kuat bagi setiap kandidat untuk mengadaptasi strategi komunikasi politiknya agar resonan dengan demografis tersebut. Tim kampanye Prabowo merespons dengan pendekatan yang sangat terhitung: konstruksi citra "Kakek Gemoy" seorang kakek yang menggemaskan, penari spontan, dan jauh dari kesan militeristis. Strategi ini memanfaatkan secara cerdas logika algoritma media sosial yang memfavoritkan konten yang membangkitkan respons emosional positif ("menggemaskan", "lucu", "tidak terduga").²⁰Konten-konten Prabowo menari, Prabowo tersenyum gembira, dan Prabowo berinteraksi dengan anak-anak menyebar secara viral

¹⁹ Tempo Institute and CSIS, *Pemilih Muda dan Dinamika Pemilu 2024*, hlm. 12.

²⁰ F. Ismail and A. Rahman, "Manufactured Virality:

Coordinated Inauthentic Behavior in the 2024 Indonesian Presidential Campaign," *Asian Journal of Communication* 34, no. 3 (2024): hlm. 221

organik meski analisis lebih dalam mengungkapkan bahwa distribusi awal konten-konten ini memiliki pola koordinasi yang serupa dengan jaringan buzzer ²¹(Ismail & Rahman, 2024). Pemilih muda merespons. Survei CSIS (Januari 2024) menunjukkan Prabowo-Gibran memimpin di segmen pemilih berusia 17–35 tahun dengan selisih yang signifikan dibandingkan kandidat lain. Konstruksi "Gemoy" berhasil melakukan apa yang dirancang untuk dilakukan: mendissosiasikan Prabowo dari citra lamanya dan mengasosiasikannya dengan nilai-nilai yang resonan bagi pemilih muda. Namun, sebagaimana 2019, pembuktian artifisialitas kembali datang dari realitas pascapemilu. Setelah dilantik sebagai Presiden pada Oktober 2024, kebijakan-kebijakan awal pemerintahan Prabowo menunjukkan karakteristik yang jauh lebih dekat dengan karakter lamanya: penekanan pada agenda pertahanan dan militer, gaya pengambilan keputusan yang sentralistik, dan retorika-retorika yang kadang kembali ke nada orator meledak-ledak yang menjadi ciri khasnya. Citra "Gemoy" terbukti merupakan persona elektoral, bukan cerminan karakter.



Grafik 4. Pergeseran Dominasi Strategi Propaganda Elektoral Indonesia (2014–2024)
Sumber: Analisis konten pemberitaan dan media sosial; olah data penulis

Grafik 4 memvisualisasikan pergeseran yang dramatis dalam strategi propaganda elektoral lintas tiga siklus pemilu. Narasi agama/identitas yang mendominasi (65%) pada 2019 digantikan oleh narasi populis/estetika pop (55%) pada 2024. Pergeseran ini bukan mencerminkan perubahan nilai masyarakat, melainkan perubahan kalkulasi strategis elite

tentang pendekatan mana yang paling efektif untuk membelah atau memobilisasi massa pemilih dalam kondisi demografis yang berbeda. Grafik 4 memvisualisasikan pergeseran yang dramatis dalam strategi propaganda elektoral lintas tiga siklus pemilu. Narasi agama/identitas yang mendominasi (65%) pada 2019 digantikan oleh narasi populis/estetika pop (55%) pada 2024. Pergeseran ini bukan mencerminkan perubahan nilai masyarakat, melainkan perubahan kalkulasi strategis elite tentang pendekatan mana yang paling efektif untuk membelah atau memobilisasi massa pemilih dalam kondisi demografis yang berbeda.

E. Pola Komparatif: Artifisialitas sebagai Strategi Sistemik

Tabel 2. Elemen Struktural Artifisialitas dalam Strategi Elektoral Indonesia 2019 dan 2024

Dimensi	Narasi Masa Kampanye	Realitas Pasca-Pemilu
Medium Utama	WhatsApp, Facebook, FPI rally, ceramah agama	TikTok, Instagram Reels, meme, konten viral
Identitas yang dikonstruksi	Identitas agama (Islam vs. pluralis) kebangsaan	Identitas generasional ("kakek yang dipahami anak muda")
Target Demokratis	Pemilih Muslim konservatif, pedesaan	Gen Z dan Milenial urban
Infrastruktur Buzzer	Jaringan akun anonim Twitter/FB terkoordinasi	Jaringan kreator konten TikTok terkoordinasi
Pembuktian Artifisial	Koalisi Jokowi-Prabowo (Oktober 2019)	Kemunculan kembali karakter militeristik (2025)

²¹ Merlyna Lim, "Propaganda and Digital Media in Indonesian Politics," *Jurnal Komunikasi Indonesia* 9, no. 1 (2020): hlm 7

Dampak Grassroots	Stigma Cebong-Kadrun (berkelanjutan 2019–2022+)	Kekecewaan pemilih muda yang belum terdokumentasi penuh
-------------------	---	---

Tabel 2 memperlihatkan bahwa meskipun medium komunikasi, isu yang diangkat, dan identitas yang dieksploitasi mengalami perubahan antara Pemilu 2019 dan Pemilu 2024, pola dasar yang mendasarinya menunjukkan karakter yang relatif sama. Pada Pemilu 2019, pembelahan massa lebih banyak dibangun melalui eksploitasi identitas keagamaan yang memanfaatkan sentimen religius sebagai instrumen mobilisasi politik. Narasi yang berkembang cenderung menempatkan kontestasi elektoral sebagai pertarungan antara kelompok yang dianggap merepresentasikan kepentingan agama dengan kelompok yang dipersepsikan sebagai ancaman terhadap nilai-nilai keagamaan. Sementara itu, pada Pemilu 2024, eksploitasi identitas tidak lagi berpusat secara dominan pada agama, melainkan bergeser ke arah personalisasi figur politik, identitas generasional, komunitas digital, serta konstruksi citra kandidat melalui media sosial. Kendati demikian, perubahan bentuk tersebut tidak mengubah substansi strategi yang digunakan. Dalam kedua pemilu, identitas tetap berfungsi sebagai alat untuk membangun solidaritas internal sekaligus menciptakan batas sosial yang tegas antara kelompok pendukung dan kelompok lawan.

Kesamaan pola tersebut menunjukkan bahwa pembelahan massa yang terjadi bukan merupakan konsekuensi spontan dari perbedaan sosial yang berkembang secara alamiah di masyarakat. Sebaliknya, pembelahan tersebut merupakan hasil konstruksi politik yang dirancang secara sadar untuk memenuhi kebutuhan elektoral. Perbedaan identitas yang sesungguhnya bersifat cair dan kompleks disederhanakan ke dalam kategori-kategori biner yang mudah dipahami publik, seperti religius versus nasionalis, perubahan versus status quo, atau pendukung kandidat tertentu versus pendukung kandidat lainnya. Penyederhanaan ini memungkinkan elite politik membangun loyalitas kelompok secara lebih efektif sekaligus memobilisasi emosi politik yang dapat diterjemahkan menjadi dukungan elektoral. Proses konstruksi pembelahan tersebut semakin efektif karena didukung oleh keberadaan infrastruktur digital yang terorganisasi. Dalam konteks Pemilu 2019 maupun 2024, peran buzzer, influencer politik, jaringan akun pendukung, serta berbagai bentuk kampanye digital terkoordinasi menjadi

elemen penting dalam reproduksi narasi polarisasi. Aktor-aktor ini berfungsi sebagai pengganda pesan politik yang secara terus-menerus menyebarkan konten, memperkuat framing tertentu, serta membangun persepsi mengenai adanya pertentangan yang tajam antar kelompok masyarakat. Melalui algoritma media sosial, narasi tersebut kemudian beredar secara luas dan menciptakan ruang gema (echo chamber) yang memperkuat keyakinan kelompok masing-masing. Akibatnya, masyarakat tidak hanya menerima informasi politik, tetapi juga mengalami proses penguatan identitas yang mendorong munculnya loyalitas emosional dan antagonisme terhadap kelompok lain. Namun demikian, sebagaimana terlihat pada dinamika pascapemilu, pembelahan yang dibangun secara intensif selama masa kampanye ternyata memiliki daya tahan yang berbeda antara tingkat elite dan tingkat masyarakat. Di kalangan elite politik, antagonisme yang sebelumnya ditampilkan secara terbuka dapat dengan cepat digantikan oleh kompromi, negosiasi, dan pembentukan koalisi baru setelah hasil pemilu ditetapkan. Perbedaan yang selama masa kampanye digambarkan sebagai persoalan prinsipil dan fundamental ternyata dapat dinegosiasikan ketika kepentingan kekuasaan menuntut adanya kerja sama politik. Fenomena ini memperkuat argumentasi bahwa polarisasi yang dibangun selama kontestasi lebih bersifat instrumental daripada ideologis. Sebaliknya, pada tingkat akar rumput (grassroots), dampak pembelahan tersebut tidak serta-merta menghilang bersamaan dengan berakhirnya pemilu. Narasi yang telah tertanam selama masa kampanye sering kali meninggalkan residu sosial berupa ketidakpercayaan antarkelompok, stereotip politik, prasangka sosial, hingga fragmentasi dalam kehidupan masyarakat. Hubungan sosial yang sebelumnya bersifat cair dapat mengalami ketegangan akibat internalisasi identitas politik yang dibangun selama proses elektoral. Dalam beberapa kasus, sentimen yang terbentuk bahkan bertahan lebih lama dibandingkan aliansi politik yang dibangun oleh para elite. Dengan demikian, masyarakat menjadi pihak yang menanggung konsekuensi jangka panjang dari strategi pembelahan yang pada dasarnya dirancang untuk memenuhi kepentingan politik jangka pendek. Oleh karena itu, temuan yang ditunjukkan dalam Tabel 2 mengindikasikan adanya kontinuitas historis dalam praktik kontestasi politik Indonesia. Perubahan medium komunikasi dari kampanye konvensional menuju ekosistem digital, serta pergeseran identitas yang dieksploitasi dari agama menuju citra personal dan komunitas digital, tidak mengubah logika dasar

strategi yang digunakan. Pembelahan massa tetap berfungsi sebagai instrumen mobilisasi politik yang sengaja dikonstruksi, diperkuat melalui jaringan komunikasi yang terorganisasi, dan kemudian ditinggalkan ketika tujuan elektoral telah tercapai. Akan tetapi, dampak sosial yang dihasilkan tidak ikut menghilang bersama berakhirnya kontestasi. Kondisi inilah yang memperlihatkan bahwa artifisialitas politik tidak hanya beroperasi pada level produksi narasi oleh elite, tetapi juga menghasilkan konsekuensi nyata dalam struktur sosial masyarakat yang dapat bertahan jauh melampaui siklus pemilu itu sendiri.

F. Asimetri Rekonsiliasi: Elite vs. Grassroots

Salah satu kontribusi orisinal penelitian ini adalah formulasi konsep "asimetri rekonsiliasi" ketimpangan antara kecepatan rekonsiliasi elite dan lambatnya pemulihan masyarakat dari polarisasi yang sama-sama elite tersebut ciptakan. Asimetri ini bukan sekadar ironi moral; ia memiliki implikasi sistemik bagi kesehatan demokrasi Indonesia. Mengapa asimetri ini terjadi? Dari perspektif historis, elite politik Indonesia baik di era Orde Baru maupun pascareformasi beroperasi dalam logika pragmatisme kekuasaan yang jauh lebih cair daripada polarisasi identitas yang mereka proyeksikan ke publik. Identitas yang dikontestasikan dalam kampanye adalah identitas publik (public identity) yang ditampilkan untuk keperluan elektoral, sementara di balik layar, transaksi kekuasaan berlangsung berdasarkan kalkulasi kepentingan yang jauh lebih transaksional. Masyarakat, sebaliknya, menyerap narasi polarisasi tersebut ke dalam identitas sosial mereka yang aktual (social identity)²². Stigma yang direproduksi berulang kali melalui media sosial ribuan kali sehari selama berbulan-bulan kampanye mengendap menjadi prasangka yang tidak mudah dihapus hanya karena elite telah berfoto bersama. Penelitian psikologi sosial konsisten menunjukkan bahwa stereotip negatif yang terulang dalam kondisi emosi tinggi memerlukan waktu jauh lebih lama untuk terkikis dibandingkan pembentukan awalnya.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini telah menunjukkan bahwa polarisasi yang tampil dalam Pemilu Indonesia 2019 dan 2024 merupakan

fenomena yang secara struktural artifisial: ia direayasa oleh elite untuk keperluan mobilisasi elektoral, tidak mencerminkan perbedaan kebijakan atau ideologi yang substansial, dan dengan cepat ditinggalkan begitu kontestasi usai. Namun dampaknya tidak ikut menghilang ia meninggalkan residu sosial di masyarakat yang tidak memiliki mekanisme rekonsiliasi seefisien yang dimiliki para elitnya. Dari perspektif historis, fenomena ini merupakan manifestasi terkini dari pola panjang dalam perpolitikan Indonesia: penggunaan infrastruktur propaganda dalam berbagai wajahnya, dari radio Orde Baru hingga buzzer digital sebagai instrumen rekayasa konsensus dan pembelahan publik. Yang berubah hanyalah mediumnya; logika instrumentalisasinya tetap konsisten. Temuan ini memiliki implikasi penting. Pertama, ia mengundang reformulasi cara kita memahami polarisasi dalam demokrasi Indonesia: bukan sebagai cerminan konflik sosial yang genuine, melainkan sebagai produk rekayasa yang perlu dianalisis dari sudut aktor, infrastruktur, dan insentifnya. Kedua, ia mengidentifikasi kebutuhan mendesak akan regulasi yang lebih ketat terhadap jaringan buzzer dan disinformasi elektoral bukan hanya sebagai masalah kebebasan pers, melainkan sebagai masalah integritas demokrasi. Ketiga, ia menegaskan tanggung jawab historis para peneliti untuk mendokumentasikan dan menganalisis fenomena ini sebelum narasi-narasi yang terlibat mengalami pemutihan memori kolektif.

Penelitian lanjutan perlu mengeksplorasi dampak jangka panjang polarisasi 2019 pada kohesi sosial masyarakat, serta memetakan secara lebih sistematis jaringan buzzer 2024 dengan metodologi analisis jaringan sosial. Dimensi komparatif lintas negara Asia Tenggara bagaimana propaganda elektoral di Filipina, Thailand, atau Myanmar memiliki pola serupa atau berbeda juga menawarkan agenda penelitian yang menjanjikan.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Anchor Books.
- Castells, M. (2010). *The power of identity* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Gramsci, A. (1971). *Selections from the prison notebooks*. International Publishers.
- Lipset, S. M., & Rokkan, S. (1967). *Party systems and voter alignments: Cross-national perspectives*. Free Press.

B. Jurnal Ilmiah

- Aspinall, E., & Mietzner, M. (2019). Indonesia's democratic paradox: Competitive elections amidst

²² Merlyna Lim, "Freedom to Hate: Social Media, Algorithmic Enclaves, and the Rise of Tribal Nationalism in

Indonesia," *Critical Asian Studies* 49, no. 3 (2017): hlm 418

- rising illiberalism. *Democratization*, 26(7), 1150–1166.
<https://doi.org/10.1080/13510347.2019.1651476>
- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122–139.
<https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Digital Forensic Research Lab [DFRLab]. (2019). #ElectionWatch: Indonesia's disinformation ecosystem. Atlantic Council.
- Digital Forensic Research Lab [DFRLab]. (2020). Sockpuppet networks and political influence operations in Indonesia, 2019–2020. Atlantic Council.
- Digital Forensic Research Lab [DFRLab]. (2024). Indonesia 2024 election influence operations report. Atlantic Council.
- Hadiz, V. R. (2020). Islamism and authoritarianism in Southeast Asia: The dynamics of populist backlash. *Journal of Contemporary Asia*, 51(5), 741–762.
<https://doi.org/10.1080/00472336.2020.1800068>
- Ismail, F., & Rahman, A. (2024). Manufactured virality: Coordinated inauthentic behavior in the 2024 Indonesian presidential campaign. *Asian Journal of Communication*, 34(3), 215–234.
- Laclau, E., & Mouffe, C. (1985). *Hegemony and socialist strategy: Towards a radical democratic politics*. Verso.
- Lim, M. (2017). Freedom to hate: Social media, algorithmic enclaves, and the rise of tribal nationalism in Indonesia. *Critical Asian Studies*, 49(3), 411–427.
<https://doi.org/10.1080/14672715.2017.1341188>
- Lim, M. (2020). Propaganda and digital media in Indonesian politics. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 9(1), 1–18.
- Madinier, R. (2015). Islam and the politics of resentment in post-Suharto Indonesia. *Asian Journal of Social Science*, 43(5), 554–580.
- Mietzner, M. (2018). Authoritarian innovations in Indonesia: Electoral narrowing, identity politics and executive illiberalism. *Democratization*, 25(7), 1266–1285.
<https://doi.org/10.1080/13510347.2018.1481879>
- Saiful Mujani Research & Consulting [SMRC]. (2024). Survei opini publik: Preferensi elektoral menjelang Pemilu 2024. SMRC.
- Slater, D. (2004). Indonesia's accountability trap: Party cartels and presidential power after democratic transition. *Indonesia*, 78, 61–92.
- Tempo Institute & CSIS. (2024). *Pemilih muda dan dinamika Pemilu 2024: Laporan survei nasional*. Centre for Strategic and International Studies.
- Wahid Foundation. (2020). *Survei nasional intoleransi dan radikalisme di Indonesia 2019–2020*. Wahid Foundation.
- Warburton, E. (2021). Deepening polarization and democratic decline in Indonesia. In T. Carothers & A. O'Donohue (Eds.), *Political polarization in South and Southeast Asia* (pp. 25–46). Carnegie Endowment for International Peace.
- Winters, J. A. (2013). Oligarchy and democracy in Indonesia. *Indonesia*, 96, 11–33.
- Efrianti, Y. (2025). Polarisasi politik Indonesia tahun 2024 dalam pemberitaan media online. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 3(1), 74–91.
<https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v3i1.4869>
- Fossati, D. (2019). The resurgence of ideology in Indonesia: Political Islam, aliran and political behaviour. *Journal of Current Southeast Asian Affairs*, 38(2), 119–148.
<https://doi.org/10.1177/1868103419868400>
- Mansyur, I. C. (2023). Polarisasi politik di Indonesia 2014–2019: Sebuah kajian pustaka. *Jurnal Politik Profetik*, 11(1), 1–17.
- Mukayat, A. (2021). Politik identitas Islam: Studi perilaku pemilih Muslim di Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan pada Pemilu 2019. *Al-Hikmah: Jurnal Studi Agama-Agama*, 7(1), 150–169.
<https://doi.org/10.30651/ah.v7i1.21380>
- Pamungkas, N. L., Widiyantoro, A., & Wicaksono, M. A. (2020). Relasi politik dan isu agama: Dinamika politik PKS dan Aksi Bela Islam pada Pemilu Serentak 2019. *Sospol: Jurnal Sosial Politik*, 6(1), 70–84.
<https://doi.org/10.22219/sospol.v6i1.11155>
- Prayogi, D., & Fahadayna, A. C. (2023). Religious identity politics in Indonesia's 2019 election campaign on Twitter and its sociopolitical implications. *Jurnal Penelitian Politik*, 20(2), 95–106.
<https://doi.org/10.14203/jpp.v20i2.1497>
- Royyani, M. A., & Takayasa, T. I. (2019). Ulama dan politik: Relasi politik Tuan Guru Bajang pada Pemilu 2019. *Jurnal Politik Walisongo*, 2(1), 1–18.
<https://doi.org/10.21580/jpw.v2i1.2697>