

BAB V

ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1 Kenaikan BBM Sebagai Sebuah Fenomena

Kenaikan harga BBM di Indonesia selalu menjadi salah satu isu permasalahan yang turut menghiasi dinamika perpolitikan di Indonesia. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, BBM merupakan salah satu kebutuhan dasar masyarakat dalam menjalani sebagian besar aktivitas. BBM telah menjadi salah satu komoditas utama masyarakat, baik di Indonesia maupun di dunia.

Globalisasi telah membuat segala aktivitas masyarakat saling terhubung, terlepas dari perbedaan daerah, negara, maupun benua. Peristiwa yang terjadi di satu negara dapat memberikan suatu dampak kepada negara lain. Karena semua negara sudah terhubung melalui globalisasi. Berbagai fenomena global yang memiliki dampak signifikan telah terjadi selama dua dekade awal abad ke-21.

Contohnya yang ditemukan oleh penulis adalah keputusan Uni Eropa untuk menjalankan embargo minyak ke Iran pada tahun 2012 akibat program senjata nuklir Iran. Selain itu juga Krisis Ekonomi 2008 di negara-negara barat yang mengakibatkan harga minyak menjadi tidak stabil. Serta Perang Rusia-Ukraina sejak 2022 turut mengakibatkan berbagai harga komoditas tidak stabil, termasuk BBM.

Peristiwa-peristiwa di atas telah menjadi fenomena global yang berdampak kepada segi sosial dan ekonomi dari banyak negara, salah satunya adalah negara Indonesia. Fenomena global tersebut yang mengakibatkan pemerintahan masa SBY dan pemerintahan masa Jokowi mengambil keputusan untuk menaikkan harga BBM. Fenomena tersebut setidaknya merupakan salah satu dari sekian faktor yang menyebabkan terjadinya kenaikan harga BBM di Indonesia selama masing-masing era pemerintahan SBY maupun Jokowi.

Oleh karena peristiwa-peristiwa global tersebut juga kenaikan harga BBM dapat disebut sebagai sebuah fenomena. Karena hal tersebut dapat dilihat, diamati, dianalisa, serta diterangkan secara ilmiah. Berdasarkan segi dampaknya, fenomena kenaikan BBM ini dapat dikategorikan menjadi 3 (tiga) jenis aspek, yakni: segi sosial, segi ekonomi, dan segi politik.

Segi Sosial

Dilihat dari aspek sosial, fenomena kenaikan harga BBM ini turut menimbulkan gejolak di lingkungan masyarakat. Bahan Bakar Minyak (BBM) sebagai salah satu sumber energi kehidupan merupakan salah satu kekayaan alam yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber pendapatan negara dan salah satu kebutuhan pokok masyarakat di kehidupan sehari-hari.

Adanya kebijakan kenaikan harga BBM ini dinilai tidak tepat oleh masyarakat karena memiliki dampak sosial kepada masyarakat. Masyarakat menjadi semakin sulit untuk bergerak dalam konteks menjalani pekerjaannya. Biaya transportasi baik dengan kendaraan pribadi maupun dengan kendaraan umum akan semakin bertambah. Kenaikan harga BBM juga akan membuat semakin banyak masyarakat yang terkena PHK massal karena perusahaan yang tidak mampu untuk membayar gaji karyawannya. Meningkatnya angka pengangguran akan membuat tingkat kriminalitas semakin tinggi yang akan membuat kriminalitas menjadi salah satu permasalahan tambahan bagi pemerintah untuk menyelesaikannya.

Keputusan pemerintah untuk menaikkan harga BBM ini tentunya mendapat banyak pertentangan dari kalangan masyarakat. Banyak masyarakat yang melontarkan kritikan kepada pemerintah atas keputusan tersebut. Gejolak sosial yang muncul ditandai dengan adanya konflik antara kelompok-kelompok masyarakat dengan pemerintah yang biasanya ditunjukkan melalui gerakan demonstrasi. Hal ini berkaitan dengan konsep Antonio Gramsci dimana dengan adanya kebijakan kenaikan harga BBM ini menyebabkan terjadinya pertarungan antara kelompok dominan yakni negara dengan kelompok subordinat yakni masyarakat. Negara dalam hal ini lebih mengorientasikan kebijakannya pada kepentingan politik dan pasar yang dianggap sebagai keputusan rasional untuk diambil. Sedangkan masyarakat dalam hal ini yang berorientasi pada diskursus sosialis yang menitikberatkan pada hajat hidup orang banyak dalam cara pandangnya.

Segi Ekonomi

Kenaikan harga BBM ini dapat menyebabkan kondisi ekonomi masyarakat yang baru mengalami pemulihan dari dampak pandemi Covid-19 menjadi semakin terpuruk. Kita semua telah mengetahui bagaimana pandemi Covid-19 mematikan sektor perekonomian masyarakat, banyak karyawan yang terkena PHK, usaha-usaha kecil terpaksa gulung tikar karena tidak mendapat pemasukan, dan sebagainya. Tentunya dengan ada kenaikan harga BBM hanya akan

menyulitkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Meskipun pemerintah telah memberikan bantuan langsung tunai (BLT) tetapi kenaikan harga BBM ini tetap akan memengaruhi daya beli masyarakat.

Menurunnya daya beli masyarakat akan membuat perputaran di sektor ekonomi semakin rendah. Adanya pemotongan subsidi yang diperoleh dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) juga harus mengalir ke lapisan masyarakat bawah yang saat ini menjadi tanggung jawab Kementerian Sosial (Kemensos) untuk melakukan fungsi pengawasan. Artinya, tidak boleh ada celah bagi perilaku koruptif di tengah pergeseran subsidi dan kenaikan harga BBM. Pemerintah harus melakukan dan atas dasar akurasi data dan penegakan yang tegas dalam penyaluran bantuan agar tidak terjadi ketidaktepatan sasaran penerima kesejahteraan.

Segi Politik

Sektor politik merupakan sektor terakhir yang akan terpengaruh oleh dampak kenaikan harga BBM. Kebijakan kenaikan harga BBM yang tidak populis dan gejolak sosial akibat aksi demonstrasi dari kalangan masyarakat akan meningkatkan tekanan politik kepada pemerintah. Hal ini akan memaksa pemerintah untuk melakukan mekanisme "*Fail Safe*" atau rencana cadangan dalam rangka meredam gejolak sosial politik yang terjadi. Salah satu hal yang diketahui telah dilakukan pemerintah adalah dengan menurunkan program Bantuan Langsung Tunai (BLT) kepada masyarakat menengah ke bawah melalui Kementerian Sosial.

Adapun selain segi dampak dari kenaikan BBM sebagai sebuah fenomena, terdapat juga segi faktor yang menyebabkan kenaikan BBM ini disebut sebagai sebuah fenomena. Adapun faktor yang dapat diidentifikasi oleh penulis adalah faktor politik dan faktor ekonomi. Walaupun kedua jenis faktor ini tergolong berbeda, namun keduanya saling berhubungan satu sama lain.

Faktor politik penyebab kenaikan BBM sangat beragam dari masa ke masa. Umumnya kenaikan BBM secara politik disebabkan oleh kondisi geopolitik di suatu negara atau kawasan yang banyak menghasilkan produksi BBM. Seperti pada masa pemerintahan SBY dimana kenaikan harga BBM merupakan salah satu akibat dari sanksi ekonomi negara-negara Uni Eropa kepada Iran sebagai salah satu negara penghasil BBM. Atau pada masa pemerintahan Jokowi dimana konflik Rusia-Ukraina yang membuat permintaan minyak secara global meningkat drastis.

Jika kondisi perpolitikan suatu negara atau kawasan menjadi pemicu pertama kenaikan BBM, maka faktor ekonomi merupakan pemicu kedua atau pemicu selanjutnya terhadap kenaikan BBM. Permintaan minyak secara global akan diikuti oleh kenaikan harga BBM di pasar dunia. Hal ini menyebabkan Indonesia sebagai salah satu negara penghasil sekaligus konsumen BBM harus ikut melakukan penyesuaian terhadap hal tersebut. Dari hal ini dapat dilihat bahwa faktor politik dan faktor ekonomi saling berpengaruh dalam membentuk sebuah fenomena kenaikan BBM terhadap suatu negara.

4.2 Eksistensi Komunikasi Politik Dalam Fenomena Kenaikan BBM

Pada pembahasan yang satu ini kita akan melihat eksistensi komunikasi politik dalam fenomena kenaikan BBM, baik di kalangan pemerintah maupun di kalangan masyarakat. Dalam sebuah negara demokrasi, dengan segala asas yang mendukungnya seperti kebebasan berpendapat, komunikasi politik dapat terjadi secara dinamis dan berlaku secara dua arah dari pemerintah ke masyarakat serta dari masyarakat ke pemerintah. Hal ini berbeda dengan konsep komunikasi politik yang ada di negara otoriter dimana komunikasi politik sebagian besar atau bahkan seluruhnya hanya berasal dari pemerintah sehingga bersifat monoton. Maka dari itu kita sering melihat eksistensi komunikasi politik di negara otoriter didominasi oleh kegiatan agitasi dan propaganda yang menghiasi kehidupannya. Hal ini jelas berbeda dengan eksistensi komunikasi politik di negara demokrasi yang lebih bervariasi dan lebih bersifat dinamis dengan diisi oleh kegiatan sosialisasi kebijakan dari pemerintah kepada masyarakat, pemilihan umum yang diselenggarakan oleh negara dengan melibatkan partisipasi masyarakat, hingga aksi demonstrasi oleh masyarakat sebagai bentuk penyampaian aspirasi kepada pemerintah.

Eksistensi komunikasi politik yang sedang dibahas ini pun terbagi menjadi 2 (dua) ranah yaitu pada kalangan pemerintah dan pada kalangan masyarakat.

Kalangan Pemerintah

Untuk memberikan pemahaman terkait alasan pemerintah menaikkan harga BBM kepada masyarakat, diperlukan komunikasi politik yang dapat membentuk opini publik untuk mendukung keputusan pemerintah dalam menaikkan harga BBM.

Diketahui selama masa pemerintahan SBY maupun pemerintahan Jokowi memiliki salah satu persoalan yang sama, yaitu sama-sama dihadapi oleh fenomena kenaikan BBM.

Cara pemerintahan SBY dalam menghadapi fenomena kenaikan BBM ini kurang lebihnya sama dengan pemerintahan Jokowi. Terutama dalam hal komunikasi politik yang dilakukan oleh pemerintahannya.

Pada konteks pemerintahan SBY maupun pemerintahan Jokowi, komunikasi politik kebijakan pemerintah memiliki inisiatif positif dengan mengeluarkan Bantuan Langsung Tunai (BLT) kepada masyarakat setelah memutuskan untuk menaikkan harga BBM. Bantuan yang diturunkan oleh pemerintah ini bertujuan untuk mengurangi dampak ekonomi yang terjadi kepada masyarakat akibat kebijakannya menaikkan harga BBM. Walaupun hal tersebut mendapatkan reaksi yang beragam dimana ada yang mendukung keputusan tersebut dan ada juga yang mengkritik keputusan tersebut.

Selain itu juga, baik pemerintahan SBY maupun Jokowi juga menjelaskan mengenai alasan-alasan pemerintah menaikkan harga BBM. Perbedaannya hanya terdapat pada siapa yang menyampaikan informasi tersebut.

Pada pemerintahan SBY sepanjang 2009 hingga 2013, menteri ESDM dan menteri koordinator bidang perekonomian merupakan pejabat yang paling sering mengumumkan kenaikan harga BBM. Pejabat menteri ESDM dan Menko Perekonomian merupakan komunikator utama dalam menyampaikan kebijakan mengenai kenaikan BBM ini pada masa SBY. Seperti pada kenaikan harga BBM per Juni 2013 dimana menko Perekonomian saat itu yakni Hatta Rajasa menyampaikan secara langsung keputusan pemerintah pusat untuk menaikkan harga BBM.¹ Peran komunikasi politik presiden SBY dalam permasalahan ini cenderung dilakukan di belakang layar dimana beliau mengatur bagian-bagian informasi mana yang akan menjadi konsumsi publik dan bagian-bagian informasi mana yang tidak. Walaupun beberapa kali presiden SBY kerap berbicara di publik mengenai kenaikan BBM, hal itu hanya untuk membantu meredam gejolak-gejolak yang sekiranya membutuhkan intervensi dari presiden secara langsung. Dilihat dari segi komunikasi politik, yang dilakukan oleh Presiden SBY merupakan suatu bentuk komunikasi politik meski beliau tidak menyampaikan pesan kebijakan secara langsung. Tindakan politik yang dilakukan oleh presiden SBY pada hakikatnya sudah menggambarkan adanya komunikasi politik.

¹Maesaroh, "Cuma Jokowi, Presiden Yang Umumkan Langsung Kenaikan BBM!", CNBC Indonesia, 05 September 2022, <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220905144701-4-369386/cuma-jokowi-presiden-yang-umumkan-langsung-kenaikan-bbm?page=all>

Hal itu karena sudah memenuhi unsur-unsur dari komunikasi politik itu sendiri, yakni adanya komunikator politik yakni presiden SBY dan jajaran pemerintahannya, masyarakat sebagai komunikan politik (penerima), pesan politik (kebijakan), saluran komunikasi politik (media massa), efek politik (dampak yang dihasilkan).

Adanya komunikator politik yakni presiden SBY itu sendiri beserta dengan menteri ESDM dan Menko Perekonomian. Pesan politik yang disampaikan yakni tentang keputusan pemerintah menaikkan harga BBM. Saluran komunikasi politik yakni media massa. Komunikan politik yang dalam hal ini merupakan masyarakat umum. Efek politik yang cukup beragam mulai dari gejala demonstrasi dari masyarakat hingga pengaruh pada tingkat kepuasan masyarakat terhadap kinerja pemerintah.

Sedangkan pada pemerintahan Jokowi sepanjang 2019 hingga sekarang, terdapat perbedaan dibandingkan pada periode pertama pemerintahannya maupun pada masa pemerintahan SBY. Pada periode pertama pemerintahannya, Jokowi sering menggunakan juru bicara maupun pejabat kementriannya dalam menjalankan tugas komunikasi politik pemerintahan. Namun, mulai pada periode keduanya yaitu 2019 hingga sekarang Jokowi lebih sering menyampaikan langsung pesan-pesan kebijakan pemerintah kepada masyarakat, salah satunya mengenai keputusan pemerintah dalam menaikkan harga BBM. Seperti pada 3 September 2022 presiden Jokowi menyampaikan langsung melalui media massa terkait keputusan pemerintah untuk melakukan penyesuaian harga BBM dengan harga minyak di pasar dunia.² Menjadi hal yang menarik bahwa dalam menanggapi persoalan fenomena kenaikan harga BBM, presiden Jokowi selalu memilih menyampaikan perkembangan informasi secara langsung kepada masyarakat. Beliau lebih memilih cara pendekatan komunikasi yang populis sehingga dapat membangun rasa kedekatan antara pemimpin dan rakyatnya.

Dapat dilihat bahwa apa yang dilakukan oleh presiden Jokowi sudah dapat dipastikan merupakan salah satu bentuk komunikasi politik. Unsur-unsur komunikasi politik seperti komunikator politik, pesan politik, hingga efek politik semuanya telah terpenuhi untuk dapat dikatakan adanya komunikasi politik pemerintah pada fenomena kenaikan BBM ini.

² Devira Prastiwi, 3 Pernyataan Presiden Jokowi Soal Harga BBM Naik”, 04 September 2022, <https://www.liputan6.com/news/read/5060249/3-pernyataan-presiden-jokowi-soal-harga-bbm-naik>

Kalangan Masyarakat

Seperti yang dikatakan sebelumnya bahwa eksistensi komunikasi politik selain terjadi di kalangan pemerintah juga terjadi pada kalangan masyarakat. Mengapa komunikasi politik juga terjadi di kalangan masyarakat? Tidak hanya di tubuh pemerintah seperti yang kita ketahui selama ini sebagai komunikator utama?

Hal ini disebabkan oleh negara Indonesia yang merupakan sebuah negara demokrasi dimana pola komunikasi politik dapat terjadi secara dua arah yakni dari pemerintah-masyarakat dan masyarakat-pemerintah. Pola komunikasi politik inilah yang disebut sebagai pola vertikal yang bersifat *top-down* (dari atas ke bawah dan sebaliknya, misalkan pemerintah kepada masyarakat yang dipimpin atau masyarakat kepada pemerintahnya).

Indonesia selain sebagai negara demokrasi juga merupakan negara hukum yang telah mengatur demonstrasi sebagai bentuk penyampaian aspirasi dan komunikasi politik yang legal secara hukum di negara Indonesia ini. Hal tersebut diatur dalam Pasal 28 E Ayat 3 UUD 1945, “Setiap orang berhak atas kebebasan berserikat, berkumpul, dan mengeluarkan pendapat”. Dapat dipahami bahwa peraturan ini turut mengatur bentuk komunikasi politik di negara Indonesia yang tidak hanya dimiliki oleh pemerintah, namun masyarakat juga bisa untuk melakukan kegiatan komunikasi politik saat diperlukan.

Wujud paling nyata dari bentuk komunikasi politik ini salah satunya adalah demonstrasi yang dilakukan masyarakat terhadap kenaikan harga BBM. Pada zaman pemerintahan SBY periode kedua (2009-2014), terdapat banyak demonstrasi dari kalangan masyarakat. Puncaknya di tahun 2012 dimana terjadi demonstrasi besar-besaran yang terdiri dari mahasiswa, buruh, hingga partai politik oposisi pemerintahan saat itu (PDI-P) yang secara galak saat itu menentang keputusan pemerintah menaikkan harga BBM di dalam forum legislatif maupun di luar forum.

Pada zaman pemerintahan Jokowi juga terjadi beberapa demonstrasi menolak kenaikan harga BBM. Demonstrasi tersebut terjadi pada September 2022 yang terdiri dari Partai Buruh, mahasiswa, serta berbagai kalangan masyarakat lainnya yang berpartisipasi secara reaksioner. Demonstrasi tersebut terpusat di kawasan sekitar Gedung DPR RI. Tuntutan yang dibawa tidak hanya mengenai penolakan masyarakat terhadap kebijakan kenaikan BBM, namun ada juga

tuntutan lainnya seperti penolakan terhadap Omnibus Law dan juga meminta pemerintah untuk segera melaksanakan reforma agraria.

Pola komunikasi politik tersebut merupakan pola komunikasi vertikal yang timbul secara reaksioner dari masyarakat atas kinerja pemerintah yang tidak sesuai dengan keinginan masyarakat. Keputusan pemerintah dalam menaikkan harga BBM juga dapat dikatakan sebagai reaksi atas kenaikan harga minyak dunia di pasar internasional.

Pola komunikasi politik dalam fenomena kenaikan harga BBM ini bukan hanya pola komunikasi vertikal saja. Disini penulis juga mengidentifikasi pola komunikasi politik lain yaitu pola komunikasi sirkuler. Pola komunikasi sirkuler merupakan pola komunikasi politik yang interaktif dimana pola ini menekankan adanya respon timbal balik antara komunikator politik (sumber) dan komunikan politik (penerima). Dalam pola komunikasi politik ini tidak menetapkan secara permanen siapa yang menjadi komunikator politik dan siapa yang menjadi komunikan politik. Karena dalam konteks fenomena kenaikan BBM ini baik pemerintah maupun masyarakat masing-masing dapat melakukan kegiatan komunikasi politik. Pemerintah dengan pengambilan keputusan dan kebijakannya yang dikomunikasikan kepada masyarakat dapat disebut sebagai tindakan komunikasi politik dengan pemerintah sebagai komunikator politik dan masyarakat sebagai komunikan politik. Begitu juga sebaliknya masyarakat yang melakukan aksi demonstrasi kepada pemerintah juga termasuk sebagai tindakan komunikasi politik dengan masyarakat sebagai komunikator politik dan pemerintah sebagai komunikan politik.

4.3 Perbandingan Pola Komunikasi Politik Pemerintahan SBY (2009-2014) dan Pemerintahan Jokowi (2019-Sekarang)

Setelah fokus membahas eksistensi komunikasi politik pemerintahan SBY dan pemerintahan Jokowi dalam fenomena kenaikan BBM yang sudah mencakup persamaan dari kedua pola komunikasi politik pemerintahan tersebut. Maka pada sub bagian pembahasan kali ini lebih berfokus pada membandingkan dan mencari beberapa perbedaan dari pola komunikasi politik baik pemerintahan SBY maupun pemerintahan Jokowi.

Pemerintahan SBY (2009-2014)

Pemerintahan SBY dalam menjalankan pemerintahannya kerap kali menggunakan pola komunikasi politik yang formal dengan menyampaikan informasi melalui jalur-jalur organisasi formal. Presiden SBY selama masa pemerintahannya sering menggunakan juru bicara presiden dan beliau membagi posisi juru bicara tersebut menjadi 2 (dua) yaitu juru bicara untuk urusan dalam negeri dan juru bicara untuk urusan luar negeri. Namun, presiden SBY juga dikenal tidak selalu menggunakan juru bicara dalam mengkomunikasikan kebijakannya. Pada konteks kenaikan BBM misalnya, beliau menunjuk Menko Perekonomian saat itu Hatta Rajasa untuk menyampaikan informasi mengenai keputusan pemerintah untuk menaikkan harga BBM pada tahun 2013.

Menyangkut komunikasi politik pemerintahan Indonesia yang cukup menarik untuk dianalisa adalah bagaimana presiden sendiri yang berbicara di depan media dengan seluruh rakyat Indonesia mendengarkan. Merujuk pada pernyataan juru bicara urusan dalam negeri saat itu yakni Andi Mallarangeng bahwa saat mengadakan konferensi pers dan sejenisnya, apabila materi informasi yang disampaikan menyangkut hal-hal yang dasar dan fundamental serta berhubungan langsung dengan rakyat, maka penyampaian informasi akan dilakukan oleh presiden sendiri. Dalam beberapa kesempatan, presiden SBY dalam menyampaikan informasi banyak menggunakan pola komunikasi politik tingkat tinggi (*high context*) dengan menggunakan istilah-istilah khusus.

Dalam melakukan komunikasi politik kepada masyarakat, presiden SBY sangat dibantu oleh kedua juru bicaranya tersebut, tetapi hal ini juga sebatas di lingkup kepresidenan. Apabila menyangkut urusan jajaran dibawahnya, yakni ranah kementerian memiliki juru bicaranya masing-masing walau tidak semuanya. Sehingga dalam hal pola komunikasi politiknya secara jelas terdapat pembagian tugasnya masing-masing antara presiden, juru bicara, dan pejabat-pejabat lainnya. Dapat dikatakan bahwa pola komunikasi politik pemerintahan SBY bersifat struktural dalam menyikapi fenomena kenaikan harga BBM ini.

Pemerintahan Jokowi (2019-Sekarang)

Dalam menjalankan pemerintahannya, presiden Jokowi dikenal lebih cenderung menggunakan pola komunikasi kedaerahan yang termasuk sebagai pola komunikasi informal. Pendekatan komunikasi politik yang dilakukan presiden Jokowi juga bersifat populis dengan menggunakan bahasa-bahasa biasa atau sehari-hari (*low context*) dengan tujuan mudah dipahami oleh masyarakat dan mendapatkan kepercayaan publik dengan membangun rasa kedekatan melalui penggunaan

bahasanya yang tidak tinggi. Selama masa pemerintahannya, presiden Jokowi juga memiliki juru bicara pemerintahan pada periode keduanya yaitu Fadjoel Rachman. Berbeda dengan presiden SBY yang menaruh perhatian khusus pada politik luar negeri selama pemerintahannya, presiden Jokowi yang lebih memfokuskan diri pada urusan dalam negeri hanya menugaskan Kemenlu untuk menjalankan tanggung jawab komunikasi politik terkait urusan luar negeri.

Untuk urusan dalam negeri sendiri, presiden Jokowi pada awalnya banyak menggunakan juru bicaranya untuk melakukan komunikasi kepada publik. Namun, setelah menurunnya kinerja juru bicara Jokowi terutama pada komunikasi pemerintahan selama masa pandemi maka sampai saat ini presiden Jokowi belum memutuskan untuk menggunakan juru bicara lagi. Pada konteks kenaikan harga BBM, presiden Jokowi yang tampil langsung untuk menyampaikan informasi terkait kebijakan pemerintah pada publik melalui media massa. Pola komunikasi politik ini diidentifikasi sebagai pola komunikasi secara langsung, sehingga dapat dikatakan bahwa Jokowi tidak terlalu mengikuti struktural pemerintahan dalam melakukan komunikasi politik.

