



# SELAMA KAMPANYE, PASLON 01 DAN 02 BILANG APA TENTANG PEREMPUAN DAN LGBT DI MEDIA?

Penulis:  
Mutya Gustina dan Yulia Dwi Andriyanti

Disain Grafis & Tata Letak:  
Rainbow Kistiyanti

**Qbukatabu melakukan analisis narasi selama masa kampanye Pilpres dan Pileg 2019. Narasi yang digunakan kedua pasangan calon presiden dan wakil presiden serta tim kampanye yang merujuk kepada kelompok perempuan dan LGBT yang diliput ataupun ditulis oleh Tempo, Kompas, dan Tirto.**

# Selama Kampanye, Paslon 01 dan 02 Bilang Apa tentang Perempuan dan LGBT di Media?

Penulis:

Mutya Gustina dan Yulia Dwi Andriyanti

Perempuan dan LGBT adalah warga negara Indonesia yang memiliki hak yang sama, termasuk hak untuk memilih calon pemimpin bangsa. Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah memilah suara warga negara berdasarkan gender laki-laki dan perempuan lewat Daftar Pemilih Tetap (DPT). Secara jumlah, terdapat peningkatan suara perempuan di Daftar Pemilih Tetap (DPT) pada Pilpres 2019 mencapai angka 96.557.044<sup>1</sup> dibandingkan Pilpres 2014, yakni di angka 93.172.645 (Sindonews, 2013). Tingginya suara perempuan di Pilpres 2019 tentu akan mendorong para kontestan meraih simpati perempuan selama masa kampanye.

Lalu, bagaimana dengan LGBT? Tidak ada data kuantitatif yang menyebutkan jumlah pemilih LGBT. Namun, LGBT menjadi isu yang sangat disoroti setidaknya sejak 2016-2018. Ini menjadi tahun-tahun dimana isu LGBT dianggap sebagai persoalan yang mengancam keamanan nasional, identitas budaya dan agama Indonesia, bahkan proxy war bagi para pejabat publik, media massa, dan institusi psikiatri. Tak terkecuali oleh kelompok masyarakat yang mencoba mengkriminalkan LGBT melalui uji materi Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) pada Mahkamah Konstitusi (MK). Upaya ini ditolak MK dan upaya ini kembali ditempuh melalui jalur legislatif. Tak sampai disitu, Pilkada serentak 171 daerah, baik ditingkat provinsi, kota dan kabupaten, di tahun 2018 turut menjadikan isu LGBT sebagai alat politik untuk mendulang popularitas calon kepala daerah, bahkan menjadi ajang politik kebencian. Hal ini sesuai dengan analisa Amnesty Internasional Indonesia bahwa isu identitas seksual ikut menjadi isu yang 'digoreng' melengkapi isu agama dan ras dalam kontestasi Pilkada, Pileg serta Pilpres (CNN Indonesia, 2018)

Berangkat dari situasi diatas, perempuan dan LGBT menjadi isu yang tentunya tidak terlepas dari narasi yang dihadirkan para kontestan Pilpres selama kampanye. Bagaimana mereka menarasikan isu ini? Konten apa saja yang sering dikaitkan dengan perempuan dan LGBT selama kampanye? Bagaimana mereka merespon persoalan yang dihadapi oleh perempuan dan LGBT? Bagaimana isu LGBT dipolitisasi oleh para kontestan Pilpres?

<sup>1</sup><https://www.cnnindonesia.com/nasional/20181215171713-32-353929/kpu-jumlah-pemilih-tetap-pemilu-2019-capai-192-juta>

Sepanjang Februari-April 2019, Qbukatabu melakukan analisis terhadap pemberitaan media yang memuat pernyataan-pernyataan Pasangan Calon (Paslon) tentang perempuan dan LGBT selama masa kampanye Pilpres 2019, yakni 23 September 2018 hingga 13 April 2019. Paslon yang dimaksud terdiri dari Capres, Cawapres, dan Tim Pelaksana Kampanye., yakni Paslon 01 (Jokowi-Ma'ruf Amien) dan Paslon 02 (Prabowo-Sandiaga Uno). Selanjutnya, Tempo, Kompas, dan Tirto menjadi media yang dianalisis dengan pertimbangan bahwa media-media tersebut termasuk media yang banyak memuat berita tentang LGBT<sup>2</sup> serta memberikan porsi yang berimbang dalam menarasikan berita tentang LGBT.

Hasil analisa media ini berfokus pada beberapa aspek, yakni:

- jumlah pemberitaan tentang perempuan dan LGBT
- frekuensi, ragam bahasa, narasi serta isu yang digunakan, disoroti dan diamplifikasi tentang perempuan, c) serta respon terhadap pesan bermuatan LGBT.

Yuk, simak apa saja temuannya!

Tabel Data pemberitaan perempuan dan LGBT per media

Pemberitaan	Nama Media			Total
	Kompas	Tempo	Tirto	
Perempuan	42	29	24	95
LGBT	10	9	16	35
TOTAL	52	38	40	130

Dari 130 berita yang dikumpulkan, 73% merupakan berita tentang perempuan dan 27% berita tentang LGBT. Kompas menjadi media yang paling banyak memuat berita tentang perempuan, yakni 44% dan Tirto paling banyak memuat berita tentang LGBT, yakni 46%.

Selanjutnya, dari 95 berita tentang perempuan, ditemukan frekuensi dan ragam bahasa yang digunakan Paslon 01 dan Paslon 02. Untuk Paslon 01, Jokowi menarasikan bahasa tentang perempuan sebanyak 30%, Tim Kampanye sebanyak 63%, sementara Maruf Amien hanya 7%. Lalu, untuk Paslon 02, Prabowo menarasikan bahasa tentang perempuan sebanyak 23%, Sandiaga Uno sebanyak 49% serta Tim Kampanye sebanyak 28%. Dari perhitungan ini dapat dicermati bahwa pada Paslon 01, Tim Kampanye berperan penting dalam membangun dukungan terhadap pemilih perempuan dan pada Paslon 02 Sandiaga Uno yang memiliki peran lebih besar untuk ini.

<sup>2</sup>Berdasarkan riset Aliansi Jurnalis Independen (AJI) pada 2016 memaparkan tentang media yang banyak menurunkan berita tentang LGBT, yakni Koran Tempo (2%), Jakarta Post (3%), Kompas cetak (4%), dan Kompas.com (8%). Lebih lanjut, Tirto.id sebagai media online yang berdiri pada 2016, memiliki kategorisasi pemberitaan tentang LGBT secara tersendiri, yakni <https://tirto.id/q/lgbt-bn> dengan total setidaknya 150 pemberitaan. Dengan demikian, 4 media ini dapat mewakili keragaman media yang banyak menurunkan pemberitaan LGBT, baik media cetak (Tempo dan Kompas) maupun media online (Kompas.com, Tempo.co, Tirto.id, dan Jakarta Post).

Dalam berkampanye, terdapat banyak bahasa yang digunakan Paslon 01 dan Paslon 02 terhadap pemilih perempuan. Paslon 01 menggunakan bahasa seperti emak-emak, perempuan, ibu-ibu, perempuan milenial, wanita, mama muda, perempuan tangguh, srikandi perempuan dan ibu bangsa. Lalu, Paslon 02 menggunakan bahasa seperti emak-emak, ibu-ibu, dan perempuan. Terdapat kesamaan bahasa yang digunakan oleh kedua Paslon, yakni emak-emak, ibu-ibu dan perempuan. Namun, bahasa emak-emak sangat sering digunakan Paslon 02 (62%) karena sudah menjadi jargon yang dilekatkan terus menerus pada pendukung perempuan Paslon 02. Lalu, Paslon 01 juga menggunakan istilah emak-emak (27%), meskipun juga hampir sama porsinya dengan istilah lainnya, yakni ibu-ibu (23%), dan perempuan (30%).

Bahasa-bahasa yang digunakan tentang perempuan tersebut bermuara pada narasi yang serupa dikampanyekan, baik oleh Paslon 01 dan Paslon 02, yakni tentang ideologi gender Orde Baru. Dalam buku *Ibuisme Negara* karya Julia Suryakusuma dijelaskan bahwa Orde Baru telah secara terstruktur membangun makna perempuan hanya terbatas pada perannya sebagai istri dan ibu. Ini sangat tampak dari dokumen visi misi kedua Paslon. Paslon 01 fokus pada peran perempuan sebagai ibu bangsa yang memperbaiki mental bangsa, menjaga moral serta menggerakkan ekonomi keluarga dan masyarakat. Ini pun senada dengan Paslon 02 yang memposisikan peran perempuan terbatas pada istri dan ibu lewat istilah Gerakan Emas (Emak-Emak dan Anak-Anak Minum Susu).

Kedua paslon memfokuskan isu pemberdayaan ekonomi bagi para pemilih perempuan, dengan landasan pikir bahwa perempuan merupakan ibu yang perlu juga berkontribusi pada ekonomi rumah tangga atau ekonomi informal. Dalam hal ini, peran perempuan diletakkan lagi-lagi dalam lingkup domestik dan informal dimana kerja-kerja perempuan dianggap 'memang sudah begitu adanya' karena identitasnya sebagai perempuan. Ini bisa dicermati dari statemen kampanye para Paslon, sebagai berikut:

Paslon 01:

"Saya yakin ibu-ibu yang hadir di sini mau pilih suami yang baik kan. Karena kalau kita bisa mengurus keluarga ini menjadi salah satu ciri dia bisa mengurus negara; Banyak sekali perempuan hebat yang dipilih Pak Jokowi sebagai menteri dan mereka memegang hal yang sangat strategis atau penting di negara, Kartu Indonesia Pintar membantu ibu-ibu agar anaknya dari SD sampai SMA bisa sekolah. Dengan Program Keluarga Harapan, ibu-ibu bisa meningkatkan ekonomi keluarga seperti bisnis catering." (Erick Thohir – Ketua Tim Pemenangan Nasional)

Paslon 02:

"Program-program kami dipersiapkan untuk memuliakan 'Rahim Perempuan, Kita bisa kehilangan potensi anak-anak cerdas di masa depan. Maka, kami mulai dari akar masalahnya, yakni pendidikan dan kesadaran kesehatan mulai dari ibu atau emak dan sejak dini". (Dahnil Anzar Simanjuntak, Koordinator Jubir BPN)

“Ya, kami tidak menempatkan perlindungan perempuan secara terang-terangan tetapi kami akan melakukannya ... Kami [Gerindra] tidak dapat mendorong semua agenda kami ke koalisi. Kita harus memilih pertempuran kita. Saya tidak ingin ini menjadi masalah partisan; kita semua harus mengerjakan ini. Itu di luar partai politik, di luar urusan kemenangan Pilpres ”  
(Sara Djojohadikusumo)

Menyadari tentang kuatnya kampanye kedua Paslon untuk meneguhkan ideologi gender Orde Baru, membuat kedua pernyataan Capres tentang Ibu Bangsa menjadi semakin tendensius dan hanya sebagai alat politik untuk meraup suara pemilih perempuan saja, tanpa serius mengatasi akar ketertindasan perempuan. Ibu Bangsa sedang diperkosa dan Ibu Pertiwi sedang berprestasi menjadi narasi yang melukai karena hak-hak perempuan. Tak ada satu pernyataan pun yang mengangkat tentang jaminan bagi terbebasnya perempuan dari diskriminasi dan kekerasan berlapis yang merupakan bahaya didepan mata yang dihadapi perempuan lewat angka kekerasan yang terus meningkat.

Lalu, bagaimana dampak dari politisasi dan digunakannya isu LGBT sebagai ajang kebencian selama 2016-2018? Ini semakin memuncak saat Pilpres. Ini ditunjukkan lewat respon terhadap kampanye yang dilakukan oleh Ibu-ibu di Karawang yang viral di media sosial tentang akan dilegalkannya kawin sejenis dan larangan adzan jika Jokowi menang. Paslon 01 konsisten dengan menyatakan bahwa perkawinan sejenis itu adalah fitnah dan berita bohong karena tak sesuai dengan norma yang dianut. Perkawinan sejenis pun disamakan dengan pengakuan LGBT oleh Paslon 01. Berbeda dengan Paslon 02, penyikapan terhadap isu LGBT ini terbagi dua. Pertama, menolak keberadaan ibu-ibu tersebut sebagai bagian dari Relawan Pepes (Partai Emak-Emak Pendukung Prabowo Sandi) sehingga tindakan ibu-ibu tersebut adalah kampanye hitam. Kedua, secara terbuka menyatakan bahwa penolakan LGBT adalah sesuatu yang baik.

Paslon 01

“Logikanya tidak masuk. Kita ini adalah negara dengan norma-norma agama yang sangat baik, dengan norma-norma tata krama sosial yang sangat baik”  
(Jokowi)

“Hoax yang beredar sangat ekstrim. Ada hoax yang menyebut bahwa (di Aceh) agama Islam lenyap dan LGBT dilegalkan apabila Jokowi menang.” (Lukmanul Hakim, tim kampanye khusus ke Aceh)

## Paslon 02

"Saya tidak menyebut nama Pak Jokowi atau Kiai Ma'ruf Amin, apalagi menyebutkan kalau Jokowi-Ma'ruf menang, LGBT akan dilegalkan, saya bisa bersumpah di bawah Al-Quran. Itu fitnah. Saya hanya bilang 'Bapak-Ibu LGBT sekarang sudah merajalela' Saya jelasin bahaya itu. Jangan sampai anak kita terjangkit atau tertular. Ada yang menuntut LGBT bukan penyimpangan. Saya tetap mengkampanyekan ini karena kewajiban saya. Tolak LGBT, tolak minuman keras, tolak tenaga kerja asing. Kalau nanti dihalalkan, di Baros ini bisa nikah laki-laki sama laki-laki, tapi saya nggak nyebut kapan, siapa yang mengesahkan dan siapa yang berpihak kepada LGBT. Tapi kan kita wajib menolak. Kan bagus tuh ceramah saya sebenarnya." (Yandri Susanto – Wakil Ketua Badan Pemenangan Nasional)

"Pernyataan itu hoaks itu. Emak-emak mungkin banyak yang enggak tahu dan terlalu bersemangat, tapi kami sudah memberikan informasi mana yang boleh dan mana yang tidak dalam kampanye. Itu selama ini disosialisasikan Pepes dari Oktober hingga sekarang. Ikut menggerek elektabilitas Prabowo-Sandiaga. Tiba-tiba ada orang Pepes yang lakukan kampanye negatif, itu bukan cara Pepes." (Andre Rosiade, Juru Bicara Badan Pemenangan Nasional)

Berbekal dari berbagai temuan diatas tentang bagaimana Paslon 01 dan Paslon 02 menarasikan tentang perempuan dan merespon isu LGBT, ternyata perempuan dan LGBT masih belum mendapatkan perhatian yang serius dari kedua Paslon. Meskipun keterlibatan perempuan tinggi sebagai pendukung kedua Paslon, isu perempuan hanya berfokus pada pemberdayaan ekonomi mikro perempuan dengan persoalan substansial lainnya seperti kesehatan perempuan, pendidikan perempuan, kekerasan terhadap perempuan tidak tersampaikan atau bahkan tidak terkonsepkan selama masa kampanye. Padahal, Indonesia sudah menandatangani hasil konvensi CEDAW (The Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women) yang merupakan sebuah kesepakatan Internasional untuk Penghapusan segala Bentuk Diskriminasi Terhadap Perempuan melalui UU No. 7 Tahun 1984. Penghapusan perkawinan anak, pencabutan peraturan yang mendiskriminasi perempuan, yang menjadi Rekomendasi Umum CEDAW terhadap Indonesia tak juga dijalankan.

Terlebih dengan isu LGBT. Tidak ada satupun Paslon yang bicara tentang perlindungan hak setiap warga negara untuk bebas dari rasa takut dan kekerasan, termasuk LGBT. Semua Paslon saling melempar satu sama lain ketika isu LGBT digulirkan, melalui kesimpulan bahwa ini adalah sebuah berita bohong pada masa kampanye serta semakin menguatnya ideologi kebencian terhadap LGBT.

Maka, menuju Presiden Indonesia 2020-2024, apa benar mau mewujudkan kemanusiaan, keadilan dan kesejahteraan sosial bagi semua tanpa terkecuali?