

The Power Of Emak-Emak: Perempuan dalam Pusaran Kampanye Politik Pemilihan Presiden 2019***Mahyuddin¹, Emilia Mustary², Nisar³***

Institut Agama Islam Negeri Parepare

mahyuddin@iainpare.ac.id, emiliamustary@iainpare.ac.id, nisar@iainpare.ac.id

Abstract: *This research describes the militancy shown by women in the presidential election at 2019 in Indonesia. This paper aimed to explore women's political participation in presidential elections in 2019. The research approach used Critical Discourse Analysis (CDA) in the construction of the power of emak-emak (motherhood). The author explored a series of political actions by a group of mothers who were skilled at producing unique song texts and an interesting political campaign as an expression of support for one of the candidates. These findings indicated that the role of women in current general election was increasingly apparent by involved joining creative campaigns, controlling government policies, and giving voice of women's independence. One side of the political activities is a form of democratic maturity phase, but on the other hand, women's voice cannot be separated from the power and authority relation of the opposition groups.*

Key Words: *Women's Group, Presidential Election, Political Campaign, The Power of Emak-Emak, CDA.*

Abstrak: Penelitian ini menggambarkan militansi yang ditunjukkan perempuan dalam pemilihan presiden 2019 di Indonesia. Tulisan ini bertujuan untuk mengeksplorasi salah satu bentuk dari partisipasi politik perempuan dalam pemilihan presiden 2019. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah analisa wacana kritis (*Critical Discourse of Analysis-CDA*) dalam konstruksi slogan *the power of emak-emak*. Penulis mengeksplorasi rangkaian tindakan politik kelompok ibu-ibu yang terampil memproduksi teks lagu unik dan kampanye politik menarik sebagai perwujudan dukungan kepada salah satu calon presiden. Hasil temuan ini menunjukkan bahwa peran perempuan dalam prosesi demokrasi tahun 2019 kian terlihat nyata dengan melibatkan diri dalam kampanye kreatif bersama, melakukan kontrol bagi jalannya pemerintahan, serta menyuarakan kemerdekaan kaum perempuan dalam memilih pemimpin. Serangkaian aktivitas politik tersebut satu sisi merupakan wujud fase kematangan berdemokrasi, namun di sisi lain suara kaum perempuan tersebut tidak bisa lepas dari kepentingan kekuasaan kelompok oposisi.

Kata Kunci: *Kelompok Perempuan, Kampanye Politik, The Power of Emak-Emak, dan CDA.*

PENDAHULUAN

Keterlibatan perempuan dalam percaturan politik di Indonesia merupakan suatu fenomena sosial yang selalu menarik untuk dikaji. Hal ini terjadi karena perempuan selama ini masih saja dianggap sebagai kelompok penggembira belaka bagi jalannya demokrasi. Dalam arti kata bahwa mereka hanya dijadikan sebagai

pelengkap prosedur dalam sistem pemilihan umum (pemilu), dimana mereka menjadi bulan-bulanan peminggiran lantaran dominasi elit politik dan kaum laki-laki (Nantri, 2004), (Azizah, 2013), (Adlin and Fahri, 2015), (Muslimat, 2017).

Citra yang selama ini diteguhkan dalam benak masyarakat ialah perempuan tidak pantas berpolitik karena perempuan adalah “penghuni” dapur/domestik, tidak bisa berpikir rasional, dan kurang berani mengambil risiko, yang kesemuanya itu sudah menjadi stereotype bagi perempuan (Pudji, 2008), (Husein, 2014). Ironisnya, pandangan tersebut tidak hanya dilekatkan pada kerja-kerja perempuan di sektor pemerintahan, tetapi juga dalam lingkup kehidupan politik secara luas.

Namun demikian, yang menarik dari prosesi demokrasi pemilihan presiden kali ini adalah keterlibatan perempuan di ranah politik praktis kian menggema di permukaan (Sudiani, Yanti and Malik, 2019), (Triana, 2019). Slogan yang mereka narasikan ialah *The Power of Emak-Emak* dimana penggunaan istilah ini merupakan sebuah kampanye politik untuk menunjukkan kemandirian (*autonomy*) bagi kelompok ibu-ibu dalam menentukan pilihan politiknya (Handini, Nugroho and Nur’afifah, 2019). Mereka membangun sebuah narasi atau wacana di ruang-ruang publik yang menekankan bagaimana kehadiran emak-emak ini menjadi sekelompok partisan yang layak didengarkan dan diperhitungkan suara politiknya.

Fenomena ini tentu saja cukup menarik untuk ditelaah sebab slogan ini tidak hanya digandrungi oleh kelas-kelas sosial atas saja atau emak-emak sosialita masa kini, melainkan menjelma menjadi konsumsi budaya massa dari berbagai golongan sosial di berbagai wilayah untuk mendukung calon presiden tertentu. Hal inilah yang menggugah nalar publik sebab anggapan yang berkembang di masyarakat adalah partisipasi politik perempuan hanya terpusat pada elit dan mereka tersisih di ruang publik karena terkonsentrasi di ruang domestik (Parawansa, 2002), (Nantri, 2004), (Idris, 2010).

Dalam kaitannya dengan slogan *The Power of Emak-Emak* (TPEE), riak-riak kampanye kreatif yang ditampakkan oleh sekelompok emak-emak pada perhelatan demokrasi pemilihan presiden dan wakil presiden tahun 2019 memang membawa pesan politik tersendiri. Betapa tidak, mereka secara gamblang menggabungkan slogan, bahasa simbol dan tulisan, ujaran, maupun bunyi-bunyian (audiovisual) untuk menyuarakan sikap dan dukungan politiknya kepada khalayak. Yang menarik adalah perempuan terkesan lebih militan ketimbang kaum laki-laki dalam berkampanye

terutama di media sosial.

Bagi sebagian orang, barang kali fenomena ini dipahami sebagai bagian dari kreativitas kampanye politik bahwa dalam demokrasi memang demikian, para partisan ataupun kontestan akan selalu bergerak ke depan dengan berbagai penciptaan-penciptaan kampanye kreatif baru dalam rangka merayakan demokrasi sekaligus juga menggaet dukungan publik. Tetapi, slogan politik semacam ini seringkali tidaklah cukup telanjang untuk dikenali, meminjam istilah Dedi N. Hidayat dalam (Eriyanto, 2001), bahwa perlu usaha atau metode tersendiri guna menggali dan mengungkap lebih jauh makna-makna sosial dan politik dibalik bahasa tersebut.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode dekriptif kualitatif. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah analisa wacana kritis (*Critical Discourse of Analysis-CDA*) dalam konstruksi slogan *the power of emak-emak*. Penulis mengeksplorasi rangkaian tindakan politik kelompok ibu-ibu yang terampil memproduksi teks lagu unik dan kampanye politik menarik sebagai perwujudan dukungan kepada salah satu calon presiden. Penulis mengamati riuhnya slogan emak-emak di lingkup media sosial dan diskursus sosialnya di ruang-ruang publik.

Penelitian ini menginterpretasi slogan *the Power of Emak-Emak* dengan pendekatan Analisis Wacana Kritis (*Critical Discourse Analysis-CDA*) dalam perspektif Fairclough (Wodak and Meyer, 2015). Ekspresi tersebut dianalisis bukan dengan menggambarkan semata dari aspek kebahasaan, keikutsertaan berpartisipasi dalam politik, tetapi juga menghubungkan dengan konteks politik. Konteks politik di sini berarti bahwa bahasa tersebut dipakai untuk tujuan dan praktik tertentu, termasuk di dalamnya praktik kekuasaan (Eriyanto, 2001). Data yang di analisis dalam penelitian ini tidak hanya mengandalkan interpretasi pada teks lagu dan ekspresi emak-emak semata, tetapi juga didukung data-data terkait dari sejumlah artikel jurnal yang berkaitan dengan slogan *the Power of Emak-emak*, sehingga meski penafsiran dalam tulisan ini bersifat subyektif, tetapi dengan menghubungkannya dengan konteks tersebut di atas, maka penafsiran tersebut mempunyai dasar argumentasi yang kuat (Azizah, 2013).

PEMBAHASAN

Analisis wacana kritis pada dasarnya sebuah kajian media massa yang oleh para ahli sering kali disebut analisis teks (*Tekt Analysis*), yaitu sebuah metode yang bukan saja menanggalkan ciri-ciri kuantitatif dari analisis isi, tidak juga cukup mengamati tanda-tanda (*symbolic meaning of message*), tetapi memusatkan diri pada bagaimana bahasa digunakan untuk memerankan kegiatan, pandangan dan identitas (Hamad, 2004).

Diskursus *Critical Discourse Analysis*, belakangan menjadi fokus kajian sejumlah ilmunan sosial, salah satunya Norman Fairclough. Tulisan dan teorisasinya menjadi sangat penting jika membahas fenomena semacam ini karena ia mengantarkan pada suatu pengembangan teori bahwa pemakaian bahasa dalam sebuah sistem sosial (*socio-linguistik*) harus ditelaah secara kritis. Dalam arti kata bahwa, kita tidak boleh mengabaikan makna simbolik dari pesan (*symbolic meaning of messages*) suatu peristiwa.

Fairclough menyebut bahwa analisis wacana kritis merupakan wacana-pemakaian bahasa dalam tuturan dan tulisan- sebagai bentuk praktik sosial. Fairlough menggaris bawahi bahwa cara melihat wacana sebagai praktik sosial adalah, adanya hubungan dialektis di antara peristiwa diskursif tertentu dengan situasi, institusi, dan struktur sosial yang membentuknya.

Di sini titik perhatian utama Fairclough adalah melihat bahasa sebagai praktik kekuasaan. Oleh karena itu, analisis wacana bagi Fairclough harus dianalisis pada bagaimana bahasa itu terbentuk dan dibentuk dari relasi sosial dan konteks sosial tertentu yang oleh Eriyanto disebut bahwa bahasa membawa nilai ideologis tertentu sekaligus membawa konsekuensi tertentu sehingga dibutuhkan analisis secara menyeluruh.

Tentang slogan *The Power of Emak-Emak* itu sendiri, hal yang dapat diungkap dari fenomena ini adalah adanya upaya unjuk kekuatan politik dari kelompok ibu-ibu di permukaan publik. Melalui slogan TPEE, mereka mengekspresikan kebebasan penuh untuk memilih kandidat tertentu dan sekaligus alat kampanye politik untuk menolak kandidat yang lainnya. Kaum perempuan seolah mencoba merayakan pembebasan publik dari dominasi kaum lelaki dan atau golongan politik tertentu dalam arena politik praktis.

Dasar argumentasi dari ranah ini adalah struktur bahasa atau pun metanarasi yang dimunculkan di ruang publik melalui syair lagu (nyanyian) setiap kali kampanye

adalah rangkaian tindakan upaya penyadaran kaum ibu-ibu untuk ambil bagian dalam politik praktis. Melalui kemasan simbol dua jari sebagai identitas simbol pasangan calon presiden penantang, sembari menyanyikan lagu TPEE, mereka menyebarluaskan pilihan dan pandangan politik mereka di dalam ruang-ruang sosial guna melawan dominasi para elit politik.

Di sini menjadi semakin jelas bahwa bahasa dan ekspresi kelompok perempuan dalam slogan TPEE merupakan simbol yang terkait dengan elemen kekuasaan (kepentingan politik). Tidak dipungkiri bahwa pesan-pesan politik mereka begitu melekat kuat intrik politik atas posisi kekuasaan. Hal ini terlihat pada ekspresi emak-emak yang mencoba mengontrol dominasi kekuasaan elit, partai politik, maupun laki-laki terhadap perempuan dalam menentukan suara politik.

Jika ditelaah lebih dalam lagi, makna yang tersirat di balik ekspresi tersebut ialah jika pun kelompok dominan tersebut mungkin tidak memperhitungkan suara emak-emak (kaum perempuan), atau pun mereka mungkin akan membuat kelompok ibu-ibu tersebut bertindak seperti yang diinginkan oleh mereka, maka para emak-emak ini akan siap menjadi benteng pertahanan dan garda terdepan sebagai partisan politik yang layak diperhitungkan kekuatan massa dan suara politiknya. Hal ini bisa dilihat dari struktur bahasa yang digunakan dalam syair lagu "The Power of Emak-Emak" seperti berikut ini "sebesar apapun rintangan yang menghadang, the power of emak-emak siap menerjang".

Dengan demikian tersirat begitu jelas aspek kebahasaan dalam slogan ini yang bersinggungan dengan elemen kekuasaan. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Fairlough bahwa wacana atau diskursus dapat dimaknai sebagai penggunaan bahasa sebagai praktik sosial. Praktik sosial yang dimaksud adalah mengkonstruksikan dunia sosial, identitas dan relasi-relasi sosial (Munfarida, 2014).

Miriam Budiardjo, salah satu pakar politik kenamaan Indonesia dalam bukunya "Dasar-Dasar Ilmu Politik" menyebutkan bahwa suatu pemerintahan negara yang demokratis akan terselenggara dengan baik tatkala rakyat secara penuh turut serta berserikat atau berorganisasi sekaligus berposisi (Budiardjo, 2003). Dengan kata lain, ada perlindungan secara konstitusional yang menjamin hak-hak individu dalam menyampaikan pendapat bagi mereka yang berbeda pandangan (Addin, 2009).

Sebagaimana pandangan para *scholars* politik sekelas Huntington (1991), Linz dan Stepan (1996) yang mengatakan bahwa suatu negara akan dikatakan demokratis

apabila memenuhi beberapa persyaratan yang antara lainnya adalah: (i) masyarakat memiliki kebebasan untuk merumuskan preferensi-preferensi politik mereka melalui jalur-jalur perserikatan, informasi dan komunikasi; dan (ii) memberikan ruang kompetisi yang sehat melalui cara-cara damai (Agustino, 2009).

Senada dengan hal di atas, berkampanyenya sekelompok emak-emak ini menandakan budaya politik demokratis kian terbuka. Sekelompok perempuan terlihat lebih memilih untuk berposisi. Kita bisa menyaksikan sendiri betapa kelompok ibu-ibu di beberapa lokasi sangatlah militan dalam berkampanye. Mereka bukan saja melakonkan diri dalam gerakan-gerakan yang diiringi nyanyian, tetapi juga terlibat langsung dalam acara-acara kampanye politik.

Cara kampanye yang disuguhkan oleh para emak-emak ini adalah menyuarakan aspirasi kelompok arus bawah (*bottom up*) secara khusus perempuan. Mereka mendorong para pemilih-pemilih yang lain terutama kaum ibu-ibu untuk memilih salah satu pasangan calon presiden yang dianggap bisa melakukan perubahan terutama perbaikan kondisi ekonomi yang selama ini dikeluhkan oleh para emak-emak hingga saat ini. Imbasnya, gerakan kampanye politik emak-emak tidak hanya menggema di dalam negeri, tetapi juga gerakan ini mulai diikuti juga oleh kelompok ibu-ibu yang ada di luar negeri.

Dikutip pada laman berita online *Kronologi* memperlihatkan bahwa sekelompok ibu-ibu di negara Paman Sam, Amerika Serikat tengah berpose bersama membentangkan spanduk tagar 2019 Ganti Presiden (Kronologi, 2018). Pun pada laman berita *RmolJabar* bahwa di negara Turki dukungan kampanye emak-emak kepada Prabowo-Sandi juga terus mengalir (Firdaus, 2019). Maksud dan tujuan mereka begitu jelas bahwa sekelompok ibu-ibu ini sedang mengkampanyekan pergantian presiden secara demokratis. Karena itu, mereka mengajak para ibu-ibu di tanah air agar mengukuhkan posisi politiknya dalam wacana pergantian presiden.

Strategi ini yang mereka lakonkan. Trik kampanye politik dibuat sedemikian apik dan menarik untuk mempengaruhi para konstituen. Mereka percaya bahwa gerak militansi kampanye emak-emak akan memperbesar dukungan politik kaum ibu-ibu di seluruh penjuru negeri. Spirit inilah yang membuat para emak-emak selalu turut serta bertaut dan kompak dalam kampanye-kampanye akbar salah satu pasangan calon presiden di lingkup kehidupan sosial masyarakat.

Ide brilian ini ternyata mampu menghipnotis para pemilih. Bukan saja

kelompok ibu-ibu tetapi juga para pendukung dari kalangan laki-laki. Terbukti di setiap kampanye-kampanye politik salah satu pasangan calon presiden lagu ini seolah tidak pernah alpa diputar dan para ibu-ibu sangat menikmatinya. Lagu TPPE selalu menggema di atas panggung-panggung orasi politik kontestan salah satu capres.

Tidak cukup sampai di situ, para ibu-ibu ini memang terbilang kreatif dan inovatif. Betapa tidak, mereka juga memprakarsai cara menarik simpati publik dengan membawa ide-ide baru. Melalui lagu kolosalnya, *The Power of Emak-Emak*, mereka mengembangkan strategi berkampanye di ranah media sosial. Penggalan bait lagu tersebut yang paling politis adalah “*Yang sudah-sudah ya sudahlah, yang lalu-lalu biarlah berlalu. Kini saatnya kita semua, bahu membahu Prabowo Sandi Indonesia Baru. Sebesar apa pun rintangan yang menghadang, the power of emak-emak siap menerjang, Indonesia Prabowo, Indonesia Sandi Uno*”.

Lagu di atas yang begitu menggema di media sosial dan sarat dengan intrik politik. Para ibu-ibu yang diselingi lagu tersebut memperagakan berbagai hal (kampanye) sebagai ajakan kepada publik untuk mengganti presiden terdahulu dengan presiden baru. Audiovisual di medan masyarakat maya seperti Facebook, Twitter dan Instagram kini berselancar lagu TPPE.

Penggunaan media sebagai strategi kampanye tentu sangat beralasan sebab kini kampanye politik mereka bisa disebarluaskan kepada khalayak dalam waktu sekejap. Sehingga hal ini akan memudahkan emak-emak yang lain untuk ikut melakukan kampanye serupa. Tak ayal, sekelompok perempuan menyanyikan lagu *The Power of Emak-emak* seketika viral di media sosial bahkan di beritakan dalam program-program pertelevisian nasional.

Dari ranah ini sesungguhnya sudah dapat dilihat bahwa gejolak partisipasi politik emak-emak di media sosial memang menyeruak di permukaan. Hal ini tentu saja menggembirakan sebab salah satu perwujudan terlaksananya demokrasi tatkala ada persaingan yang dilakukan secara fair dan tiap-tiap individu memiliki kekuasaan politik yang otonom. Yakni, rakyat melaksanakan kedaulatan rakyat dan melaksanakan hak asasi warga negara dalam memilih pemimpin negara, dimana keberlanjutan jalannya roda pemerintahan negara, ditentukan oleh keputusan rakyat (Kartiko, 2009).

Dalam pada itu, keterlibatan emak-emak yang bebas berekspresi di medan

masyarakat maya memang tujuan utamanya adalah untuk menggaet dukungan publik. Mereka membangun budaya demokrasi yang memberikan suasana kampanye yang penuh kesejukan. Terbukti, hiruk pikuk lagu-lagu TPEE berserakan di medan masyarakat maya. Dari sini menjadi semakin jelas bahwa slogan the power of emak-emak merupakan suatu strategi kampanye yang tidak hanya digunakan di ruang masyarakat nyata, melainkan juga suatu strategi yang diterapkan di dalam medan masyarakat maya.

Resistensi atau perlawanan diartikan sebagai suatu kemampuan melawan. *Webster's Dictionary* mengartikan *resistance* sebagai suatu tindakan perlawanan dari kelompok oposisi atau partai penentang. Resistensi politik bisa diekspresikan dalam banyak bentuk, salah satunya adalah melakukan tindakan-tindakan politik secara konstitusional untuk mengganti pemerintahan yang berkuasa dalam pemilihan umum.

Dalam kaitannya dengan slogan TPEE terutama riak-riak keterlibatan perempuan di pemilu presiden tahun 2019, kita bisa melihat bahwa sekelompok kaum ibu-ibu terus menyuarakan perlunya melakukan pergantian kepemimpinan sebagai bagian dari resistensi politik dan unjuk kemampuan kaum perempuan (Sukmawati, 2019). Hal pokok yang mereka perjuangkan sebagaimana diskusi-diskusi oleh para "pakar dan analisis politik" di media pertelevisian nasional adalah "tindakan politik" ini dimaksudkan untuk mengubah dominasi kelompok "politik petahana". Dalam arti kata bahwa ada kemauan politik yang ditunjukkan sekelompok perempuan untuk mengganti presiden sebelumnya yang dianggap gagal memenuhi janji-janji politiknya, karena klaim pendukung presiden petahana juga menganggap bahwa presiden terdahulu telah sukses dalam memimpin. Karena itu, kampanye politik pergantian presiden sebagai bentuk perlawanan konstitusional yang mereka lakukan adalah mengumandangkan klaim bahwa pemimpin terdahulu sudah saatnya diganti oleh presiden yang baru.

Makna sosiologis dari tindakan politis tersebut adalah kaum ibu-ibu cenderung untuk melawan dominasi elit dan para pendukung calon presiden petahana yang menginginkan untuk melanjutkan dua periode. Kelompok ibu-ibu terlihat mengukuhkan diri sebagai kelompok yang militan secara politik. Perwujudannya adalah mereka memosisikan diri sebagai penentang otoritas ruang publik (Habermas, 2015).

Pemerintah yang dianggap gagal dalam memenuhi janji-janji politiknya

termasuk di dalamnya gagal menjaga stabilitas ekonomi adalah isu yang selalu mereka narasikan dan menjadi alasan utama terlibat dalam politik. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Bhima Yudhistira, peneliti Institute for Development of Economics and Finance (Indef), bahwa hal yang melatari semua ini adalah melonjaknya harga-harga pangan. Para emak-emak kemudian ribut se-Indonesia.

Para emak emak-emak kemudian tampil menggugat. Di sini mereka berposisi sebagai *insider*, meminjam istilah Suseno (Suseno, 2001), yaitu segala apa yang dilakukan pemerintah diamati secara ketat oleh masyarakat termasuk kelompok emak-emak melalui media massa. Imbasnya, slogan pergantian presiden dan the power of emak-emak telah menjadi pendapat umum (*public opinion*) dimana ada tekanan terus menerus terutama kaum ibu-ibu terhadap pergantian roda kepemimpinan.

Polarisasi semacam ini kian menyeruak di permukaan. Hal ini terlihat pada beberapa kelompok emak-emak dari berbagai daerah justru semakin banyak bermunculan. Ruang publik seperti laman media sosial pun dipenuhi dengan cuplikan video-video sekelompok perempuan (emak-emak) melakukan kampanye politik mengganti presiden. Mereka berupaya memenangkan kandidat presiden baru untuk membebaskan diri dari dominasi politik pemerintahan terdahulu. Karenanya, tagar ganti presiden adalah satu hal yang tidak terpisahkan dari slogan ini.

Pengaruh politik tersebut ditentukan sebagai tindakan yang berpengaruh secara langsung atau tidak langsung melalui para personalnya (Hardjaloka, 2012) (Mufti and Naafisah, 2013). Kita bisa menyaksikan secara seksama bahwa para emak-emak ini kebanyakan membentuk kelompok atau personel kampanye terutama di media sosial (Facebook, Twitter, dan Instagram) untuk mempengaruhi opini publik dalam menentukan pilihan politiknya di pemilu presiden kali ini. Menariknya, mereka tidak hanya mempromosikan kandidat presiden pilihannya, tetapi juga sekaligus bertindak menghalangi pemerintah yang berkuasa sebelumnya untuk melanjutkan estapet kepemimpinan mendatang.

Di sinilah secara gamblang tujuan slogan ini termanifestasikan yang oleh Fairclough disebut bahwa asumsi teoritis pada sebuah bahasa ataupun wacana itu tidak hanya tersusun identitas sosial, melainkan juga terpatri di dalamnya relasi kuasa. Bahwa dalam susunan wacana atau bahasa akan selalu terselip kepentingan kekuasaan. Keberadaan emak-emak sesungguhnya berpolitik praktis untuk tujuan memengaruhi psikologi publik. Kondisi ini pun kian menegaskan argumen publik

bahwa misi utama kelompok emak-emak ini adalah memengaruhi semua pihak agar memilih calon presiden baru yang notabenehnya sebagai penantang. Bukan melanjutkan kepemimpinan kelompok petahana.

Terlepas tindakan politis tersebut merupakan bagian dari resistensi kelompok perempuan, pembacaan lain yang bisa kita cermati dalam situasi ini adalah ada upaya mobilisasi perempuan melalui narasi-narasi keperempuanan. Lucki Sandar Amalia (2019) menemukan bahwa pasangan calon presiden kali ini memobilisasi massa dengan menggunakan narasi Emak-emak sebab salah satu target pemilih besar yang disasar oleh pasangan calon presiden adalah perempuan. Baik paslon Jokowi Amin maupun Prabowo Sandi keduanya mempunyai narasi simbolik tentang perempuan. Lebih lanjut Lucki Sandar Amalia (2019: 20) mengemukakan bahwa terdapat tiga strategi khusus dalam upaya mobilisasi pemilih perempuan berdasarkan isu identitas gender, *pertama*, melakukan pertemuan dengan kelompok-kelompok perempuan. *Kedua*, membangkitkan identitas gender perempuan. *Ketiga*, menjanjikan perubahan pro-perempuan.

Upaya mobilisasi politik berdasarkan identitas gender perempuan di pemilu kali ini begitu massive dipertontonkan. Kelompok oposisi melakukan tersebut dengan cara membangkitkan identitas kelompok ibu-ibu atau dikenal dengan istilah “Emak-Emak”. Tim kampanye pasangan calon oposisi tidak hanya menjadikan kaum ibu-ibu sebagai sasaran berkampanye dengan cara melibatkan mereka dalam politik praktis, melainkan juga menjanjikan perubahan pro-perempuan dengan harga-harga sembako yang terjangkau. Ini yang membuat mereka begitu tergugah untuk ikut serta ambil bagian dalam kampanye-kampanye politik.

Keterlibatan kaum ibu-ibu dalam praktik politik praktis pada pilpres tahun 2019 ini tidak dinafikan bahwa satu sisi sebagian dari gerakan ini murni terlahir dari inisiatif kelompok perempuan itu sendiri. Mereka mengekspresikan pilihan politiknya atas dasar kesadaran politik kelompok ibu-ibu yang aktivitas politiknya dilakukan atas dasar kerelaan (Setiawan, 2018).

Otonomi ini merupakan perwujudan untuk menyalurkan hak-hak politik kelompok perempuan. Bukti yang menguatkan atas kemandirian pilihan politik ini adalah; *pertama* di beberapa daerah, secara sadar banyak bermunculan sekelompok ibu-ibu yang jadi relawan sekaligus mengkampanyekan pergantian tonggak kepemimpinan presiden, *kedua* tiap kali kampanye, kelompok ibu-ibu sering kali lebih

menonjol jumlah massanya, *ketiga* mereka begitu tampil apik di media sosial dalam menarasikan tagar 2019 Ganti Presiden diselingi syair lagu TPEE.

Prakarsa di atas merupakan bentuk-bentuk dari otonomi hak politik semua orang dimana perempuan sekali pun, juga memiliki otoritas tertinggi dalam menentukan pilihan dan pandangan politiknya. Namun demikian, politik praktis yang dijalankan oleh sekelompok perempuan ini, lagi-lagi sangat erat kaitannya dengan relasi kekuasaan, terutama kepentingan kekuasaan kelompok oposisi.

Ralf Dahrendorf dalam (Susan, 2009) mengemukakan bahwa suatu aktor dalam suatu hubungan sosial memiliki kuasa kontrol, sehingga mereka yang memiliki kekuasaan (*power*) memberi pengaruh ataupun perintah dan mendapatkan apa yang mereka ingin dari mereka yang tidak memiliki kekuasaan. Untuk konteks kampanye politik emak-emak, praktik kekuasaan kelompok oposisi memang sangat memungkinkan terselubung di dalamnya dimana terdapat aktor politik yang terlibat memberi sokongan. Sandiaga Uno misalnya, sebagai cawapres nomor urut 02, ternyata viralnya diksi "*emak-emak*" bermula setelah pendaftaran di KPU yang diprakarsai langsung oleh Sandiaga. Slogan ini kemudian berhasil menarik perhatian publik dan eksistensi emak-emak sebagai konstituen pemilih paling banyak dalam Pilpres 2019 kian ramai dibicarakan (Asri, 2019).

Karena itu, ihwal tentang slogan TPPE memang lebih terkesan ditunggangi elit politik. Relasi kepentingan kekuasaan kelompok oposisi sangat terbuka untuk bermain di ranah ini dimana interpretasi yang mencuat di permukaan adalah semangat lain yang mendorong militansi emak-emak untuk berkampanye mendukung pasangan calon penantang (Prabowo Sandi) ialah, karena dukungan para elit politik kelompok oposisi.

Ini terlihat pada kelompok oposisi yang selalu menggaungkan dan mempopulerkan slogan emak-emak sebagai bagian integral kelompok mereka yang risau dengan kondisi sosial ekonomi hari ini. Isu yang selalu digaungkan kelompok oposisi bukan hanya isu ketidakadilan, melainkan juga kondisi ekonomi yang tidak stabil. Karena itu, kelompok oposisi berupaya menggerakkan emak-emak untuk berpartisipasi membantu pergerakan tim pemenangan Prabowo Sandi.

Hal ini bisa kita lihat di Semarang Jawa Tengah. Badan tim pemenangan Prabowo Sandi melakukan deklarasi dan pelantikan terhadap sekelompok ibu-ibu yang diberi nama "*Empadi*" atau Emak Militan Prabowo Sandi. Ada kesan

penggiringan wacana bahwa sejatinya kaum ibu-ibu mesti militan dalam memperjuangkan hak-hak politiknya demi memuluskan langkah politik kelompok oposisi. Tidak hanya itu, menjelang perhitungan suara hasil pilpres dilangsungkan, viral di berbagai media sosial kelompok oposisi juga gencar mengkampanyekan slogan “Makwaslu” atau “Emak-Emak Pengawas Pemilu”. Di antara tag line yang mereka populerkan ialah “jangan biarkan saksi-saksi 02 (sebutan pendukung oposisi) sendirian, kita bantu dan dukung mereka semampu kita. Dalam gambar ini dituliskan secara gamblang bahwa mereka mengajak kepada seluruh “Emak-Emak” agar peduli perubahan, mendukung, memotivasi dan mengawal saksi 02 di semua tingkatan rekapitulasi mulai dari tanggal 18 April sampai 04 Mei di Panitia Pemilihan Kecamatan, 20 April sampai 07 Mei oleh KPU Kabupaten, 22 April sampai 12 Mei di KPU Provinsi hingga perhitungan akhir di tanggal 15 April sampai 22 Mei 2019 oleh KPU Pusat.

Dalam konteks analisis wacana kritis yang dikembangkan oleh Fairclough, inilah yang disebut Fairclough sebagai “*Discourse Practice*” (Titscher *et al.*, 2009), yaitu terjadi proses produksi dan konsumsi suatu teks atau bahasa secara berulang di antara berbagai kelompok kepentingan. Salah satunya kelompok oposisi. Sehingga hal ini memberikan andil besar bagi kelompok oposisi untuk mengambil keuntungan politik di baliknya.

KESIMPULAN

Mencermati uraian di atas, dari sini dapat dilihat bahwa narasi *the Power of Emak – emak* yang digaungkan para ibu-ibu dalam pilpres kali ini merupakan suatu gambaran nyata bahwa kesadaran politik kaum perempuan memang mulai beranjak pada fase kematangan berpolitik. Kematangan perempuan (emak-emak) digambarkan dari adanya persaingan politik melalui kampanye yang fair dan cenderung tampil beroposisi.

Kendatipun nuansa demokratis memang lebih mengemuka dimana kelompok perempuan terlihat telah memiliki kebebasan menentukan sikap politiknya. Akan tetapi, keterlibatan ini tidak cukup dicerna dengan melihat peran serta atau partisipasinya semata. Kita mesti lebih jeli lagi menelaah bagaimana relasi kepentingan kekuasaan bermain di ranah ini. Hal tersebut karena pemakaian slogan ini oleh pendukung dan pemimpin politik oposisi tidak luput digunakan saat berorasi

di podium-podium kampanye politik. Mereka mengasosiasikan emak-emak dengan pasangan calon presiden kelompok oposisi sekaligus sebagai representasi dari komponen kelompok politik yang menginginkan perubahan.

Dengan demikian, slogan TPPE baik secara langsung maupun tidak langsung, telah dikonstruksi secara politik oleh kelompok elit oposisi. Mereka memanfaatkan slogan ini sebagai pesan kampanye politik untuk memperoleh simpati kaum perempuan atau memengaruhi kaum ibu-ibu, sebab aspek kebahasaan slogan ini diyakini sangat ampuh secara positif dijadikan alat kampanye guna meraup dukungan politik kaum perempuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Addin, A. (2009) *Mewujudkan Hakikat Demokrasi*. Bandung: Sarana Ilmu Pustaka.
- Adlin, A. and Fahri, F. (2015) 'Perjuangan Politik Perempuan Meraih Kursi Dewan Perwakilan Rakyat Daerah di Kabupaten Indragiri Hilir pada Periode 2014-2019', *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*. Riau University, 2(2).
- Agustino, L. (2009) *Pilkada dan dinamika politik lokal*. Pustaka Pelajar.
- Amalia, L. S. (2019) 'Upaya Mobilisasi Perempuan Melalui Narasi Simbolik 'Emak-Emak dan Ibu Bangsa' Pada Pemilu 2019', *Jurnal Penelitian Politik*, 16(1), pp. 17-33.
- Asri, R. (2019) 'Pemaknaan The Power of Emak-Emak di Media Sosial', *Jurnal Komunikasi Global*, 8(1), pp. 92-103.
- Azizah, N. (2013) 'Dilema Demokrasi Liberal : Hambatan Normatif, Institusional dan Praktikal dalam Pemberlakuan Kuota Perempuan di Indonesia"', in *Belajar dari Politik Lokal*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia, pp. 62-64.
- Budiardjo, M. (2003) *Dasar-dasar ilmu politik*. Gramedia pustaka utama.
- Eriyanto (2001) *Analisis wacana: pengantar analisis teks media*. LKiS Yogyakarta.
- Firdaus, M. R. (2019) *Emak-emak Milenial Turki Deklarasi Dukung Prabowo Sandi*. Available at: <https://www.islampos.com/emak-emak-milenial-turki-deklarasi-dukung-prabowo-sandi-141578/>.
- Habermas, J. (2015) 'Ruang Publik: Sebuah Kajian tentang Masyarakat Borjuis', *Bantul: Kreasi wacana*.
- Hamad, I. (2004) *Konstruksi realitas politik dalam media massa: Sebuah studi critical discourse analysis terhadap berita-berita politik*. Yayasan Obor Indonesia.

- Handini, V. A., Nugroho, W. and Nur'afifah, O. (2019) 'Tranformasi Media Kampanye dalam Konstelasi Pilpres Indonesia Tahun 2009-2019', in *Conference On Communication and News Media Studies*, p. 34.
- Hardjaloka, L. (2012) 'Potret Keterwakilan Perempuan dalam Wajah Politik Indonesia Perspektif Regulasi dan Implementasi', *Jurnal Konstitusi*. People's Representative Council, Republic of Indonesia, 9(2).
- Husein, H. (2014) 'Pemilu Indonesia', *Jakarta: Perludem*.
- Idris, N. (2010) 'Perempuan Minangkabau dalam politik', *Jurnal Humaniora*, 22(2), pp. 164-175.
- Kartiko, G. (2009) 'Sistem Pemilu dalam Perspektif Demokrasi di Indonesia', *KONSTITUSI Jurnal*, 2(1), p. 37.
- Kronologi (2018) *Sejumlah Emak-Emak di Amerika Deklarasi Dukung Prabowo-Sandi*, *Berita Kronologi*. Kronologi. Available at: <https://kronologi.id/2018/10/28/sejumlah-emak-emak-di-amerika-deklarasi-dukung-prabowo-sandi/>.
- Mufti, M. and Naafisah, D. D. (2013) 'Teori-Teori Demokrasi', *Bandung: CV Pustaka Setia*.
- Munfarida, E. (2014) 'Analisis wacana kritis dalam perspektif Norman Fairclough', *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 8(1), pp. 1-19.
- Muslimat, A. (2017) 'Rendahnya Partisipasi Wanita di Bidang Politik', *Jurnal Studi Gender dan Anak*, 3(02), pp. 17-30.
- Nantri, A. P. (2004) 'Perempuan dan Politik', *Jurnal Perempuan (online)*.
- Parawansa, K. I. (2002) 'Hambatan terhadap partisipasi politik perempuan di Indonesia', *Perempuan di Parlemen. Bukan Sekedar Jumlah*, pp. 41-52.
- Pudji, T. M. (2008) 'Citra Perempuan dalam politik', *Yin Yang*, 3(1), pp. 3-16.
- Setiawan, W. (2018) 'Ribuan Emak-emak Jepara Senam Dua Jari Dukung Prabowo-Sandi'. RMOL Jateng Republik Merdeka. Available at: <https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-4499899/ribuan-emak-emak-jepara-senam-dua-jari-dukung-prabowo-sandi>.
- Sudiani, Y., Yanti, E. and Malik, C. (2019) 'Pertarungan Politik (Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Indonesia) Dalam Visual Meme', *Democracy*.
- Sukmawati, N. (2019) 'Women in Politics: The (un) empowerment of Emak-emak during 2019 Election Campaign Period in Indonesia', in *Third International Conference on Sustainable Innovation 2019-Humanity, Education and Social Sciences*

(IcoSIHESS 2019). Atlantis Press.

Susan, N. (2009) *Sosiologi konflik & isu-isu konflik kontemporer*. Kencana Prenada Media Group.

Suseno, F. M. (2001) 'Kuasa dan moral', *Cetakan Kelima*.

Titscher, S. *et al.* (2009) 'Metode Analisis Teks dan Wacana', *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.

Triana, D. R. (2019) 'Wacana Emak-emak dalam Harian Kompas Menjelang Pemilihan Presiden 2019'. Universitas Airlangga.

Wodak, R. and Meyer, M. (2015) *Methods of critical discourse studies*. Sage.