

PERAN MEDIA MASSA INGGRIS DAN DUKUNGAN PUBLIK TERHADAP DISINTEGRASI INGGRIS DARI KEANGGOTAAN DI UNI EROPA

Shafia Salsabila¹, Syaiful Anam², Kurnia Zulhandayani Rizki³

¹Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Mataram, NTB, Indonesia

²Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Mataram, NTB, Indonesia

³Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Mataram, NTB, Indonesia

shafiasalsabila07@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to provide information about the role of the British mass media and public support for the disintegration of Britain from membership in the European Union. During the Brexit campaign, British society was divided into two camps, namely the Vote Leave and Vote Remain groups. The group uses the mass media as an object that is considered effective in campaigning for the Brexit. The mass media has its own way of indoctrinating readers so that they are touched and follow what is conveyed by the media.

This study uses one theory and one concept, namely the theory of Foreign Policy and the concept of The Fourth Estate. The results of this study prove that the media and public opinion have an influence on foreign policy making, especially in England. The Fourth Estate concept explains that the position of the media in government is next to the legislative, executive and judiciary bodies. In addition, the media has a fairly strong defense because it is not uncommon for the political elite to be the mastermind behind media coverage.

Keywords: Mass Media, Brexit, United Kingdom, Vote Leave Group, Vote Remain Group

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi mengenai peran media massa Inggris dan dukungan publik terhadap disintegrasi Inggris dari keanggotaan di Uni Eropa. Pada masa kampanye Brexit, masyarakat Inggris terbagi menjadi dua kubu yaitu kelompok *Vote Leave* dan *Vote Remain*. Kelompok tersebut menggunakan media massa sebagai objek yang dianggap efektif dalam mengkampanyekan Brexit tersebut. Media massa memiliki cara tersendiri untuk mengdoctrin para pembaca agar tersentuh dan mengikuti apa yang disampaikan oleh media tersebut.

Penelitian ini menggunakan satu teori dan satu konsep yaitu teori *Foreign Policy* dan konsep *The Fourth Estate*. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa media dan opini publik memiliki pengaruh dalam pengambilan kebijakan luar negeri, khususnya di Inggris. Pada konsep *The Fourth Estate* menjelaskan bahwa posisi media di dalam pemerintahan bersebelahan dengan badan legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Selain itu media memiliki *defense* yang cukup kuat karena tidak jarang dalam pemberitaan media adalah *elite* politik.

Kata Kunci: Media Massa, Brexit, Inggris Raya, Kelompok Vote Leave, Kelompok Vote Remain

PENDAHULUAN

Pada masa keanggotaan Inggris di Uni Eropa yang sudah berlangsung selama empat puluh tiga tahun, adanya ide untuk Inggris menarik diri dari keanggotaan di Uni Eropa bukanlah merupakan hal yang baru. Pada tahun 1975, Inggris pernah menggelar referendum yang berkaitan dengan masa depan hubungannya di Uni Eropa. Namun, dikarenakan perolehan suara masyarakat Inggris sebesar 67% yang menginginkan untuk Inggris agar

tetap berada dalam keanggotaan Uni Eropa, maka Inggris gagal menarik diri dari keanggotaan di Uni Eropa.

Tuntutan yang ada mengenai referendum Uni Eropa ini menunjukkan bahwa terdapat pemahaman anti Eropa dikalangan masyarakat Inggris yang jumlahnya semakin meningkat. Oleh karena itu, hal tersebut mendorong Perdana Menteri David Cameron dalam memberikan janji politiknya pada pidato Bloomberg yang menyatakan bahwa apabila partai konservatif memenangkan pemilu selanjutnya, maka dirinya akan menggelar referendum sebagai kelanjutan atas hubungan Inggris dengan Uni Eropa. Hingga pada pemilu tahun 2015, partai konservatif dan David Cameron memperoleh kemenangan yang mengharuskan referendum harus segera terlaksana sesuai dengan janji yang telah diberikan (Lestari, 2017).

Referendum Brexit kedua dilaksanakan pada tanggal 23 Juni 2016 yang dimana referendum tersebut merupakan proses pemungutan dari hasil suara yang akan dilaksanakan untuk mengambil suatu keputusan antara *leave* atau *remain*. Tepatnya pada tanggal 24 Juni 2016, referendum tersebut telah diputuskan dengan mendapatkan hasil sebanyak 48,1% suara (16.141.241 jiwa) menjawab agar tetap menjadi bagian dari Uni Eropa, sedangkan sebanyak 51,9% suara (17.410.742 jiwa) menjawab agar keluar dari keanggotaan di Uni Eropa. Melalui hasil referendum tersebut telah diputuskan bahwa Inggris keluar dari keanggotaan di Uni Eropa. Pemerintah mau tidak mau harus memproses hasil referendum tersebut dikarenakan sesuai dengan prinsip yang ada yaitu demokrasi, untuk menyerahkan hak politik kepada masyarakat di negaranya (Arnorsson and Zoega, 2016).

Kebijakan Brexit yang dihasilkan melalui referendum tersebut tidak terlepas dari adanya opini publik yang berasal dari faktor dalam negeri maupun dari faktor luar negeri. Faktor dari dalam negeri yaitu dengan adanya kelompok *Vote Leave* dan *Vote Remain* yang digagas oleh kumpulan partai politik dengan melakukan sebuah kampanye. Selain itu, terdapat faktor dari luar negeri yaitu adanya pengaruh *Euroscpticism* yang sudah mulai tersebar di wilayah Eropa. Pemerintah juga mengizinkan adanya kelompok-kelompok kampanye yang menyuarakan perspektifnya terkait keluarnya Inggris dari keanggotaan di Uni Eropa (Vries, 2017).

Kelompok *Vote Leave* ini didirikan pada tanggal 10 September 2015 yang merupakan gabungan partai-partai besar maupun kecil yang berada di Inggris dan diresmikan oleh *Electoral Commission*. Gisela Stuart merupakan ketua dari kelompok ini yang berasal dari Partai Buruh. Selain itu, kelompok ini juga didukung oleh *United Kingdom Independence Party* (UKIP) yang sangat mendukung Inggris untuk keluar dari keanggotaan di Uni Eropa. Para pendukung *Vote Leave* ini menganggap bahwa dengan tetap bergabungnya Inggris pada keanggotaan di Uni Eropa, hal itu hanya akan membahayakan Inggris saja baik dari isu imigrasi, isu perdagangan, isu pertahanan, dan isu kedaulatan (Reenen, 2016).

Selain kelompok *Vote Leave*, terdapat kelompok *Vote Remain* yang didirikan pada tanggal 12 Oktober 2015 sebagai kelompok kampanye resmi dan yang meresmikan adalah *Electoral Commission*. Kelompok *Vote Remain* ini diketuai oleh Lord Stuart Rose yang merupakan seorang pembisnis dan dijalankan oleh Will Straw. Kelompok *Vote Remain* ini menganggap bahwa Uni Eropa sebagai mitra ekspor dan impor ekonomi bagi Inggris dan dengan Inggris tetap sebagai anggota di Uni Eropa, hal tersebut akan meningkatkan perekonomian di Inggris sendiri. Kelompok *Vote Remain* memang mengakui bahwa Uni Eropa bukanlah organisasi supranasional yang sempurna, akan tetapi dengan keluarnya Inggris dari

Uni Eropa, hal tersebut akan berpengaruh terhadap ancaman kedaulatan, keamanan, serta akan menghilangkan pengaruh Inggris di dunia internasional (Sherin, 2018).

Kelompok *Vote Leave* dan *Vote Remain* dalam proses mengkampanyekan gagasan mereka mengenai keluarnya atau tidak Inggris dari keanggotaan di Uni Eropa salah satunya adalah dengan menggunakan media massa sebagai objek yang dianggap efektif. Media massa dijadikan sebagai sarana yang efektif dalam mengkampanyekan referendum tersebut. Media massa dianggap dapat mempengaruhi suatu bentuk pandangan masyarakat untuk menentukan pilihan pada referendum. Media massa yang dikenal berpihak dalam memberitakan dan juga mengkampanyekan Inggris untuk keluar dari keanggotaan Uni Eropa yaitu *The Daily Express*, dimana dari data yang ditunjukkan bahwa 75% dari semua artikelnya berisikan mengenai kampanye yang berfokus pada penolakan terhadap Uni Eropa, hanya 5% yang berisi dukungan terhadap integrasi kawasan Eropa. Media massa kedua yang banyak mengkampanyekan Inggris untuk keluar dari Uni Eropa adalah *The Daily Mail* dimana menurut data 61% dibanding dengan 14% antara artikel yang mendukung keluarnya dari Uni Eropa. Banyak media massa seperti *The Sun*, *The Daily Mail*, dan *The Daily Express* menerbitkan artikel yang berisikan tentang dukungan terhadap kelompok yang menolak Uni Eropa. Kebanyakan isi dari pemberitaan media tersebut adalah berkaitan dengan isu kedaulatan dan juga imigrasi (Pertiwi, 2018).

Kelompok *Vote Leave* dan *Vote Remain* dalam menjalankan kampanye ini memiliki strategi yang berbeda antara satu dan yang lainnya. Kelompok *Vote Leave* menggunakan emosi dan perasaan ketika melakukan kampanye tersebut yang membuat publik tersentuh dengan ide untuk meninggalkan Uni Eropa. Adapun *Tag line* utama yang digunakan oleh kelompok *Vote Leave* adalah dengan menggunakan hashtag menjadi *#VoteLeave*. Adapun kelompok *Vote Remain* yang melakukan aksi kampanye dengan tidak menggunakan perasaan, namun hanya menunjukkan fakta dan data yang tersedia dan akurat tentang apa saja keuntungan Inggris jika masih bertahan menjadi anggota di Uni Eropa dan apa saja kerugian Inggris jika keluar dari keanggotaan di Uni Eropa. Kelompok *Vote Remain* ini menggunakan *Britain Stronger In* dengan menggunakan tanda pagar menjadi *#StrongerIn* (Maharta, 2017).

Keberpihakan media massa yang mendukung Inggris untuk keluar dari Uni Eropa, pada peringkat satu diduduki oleh *The Daily Express* yang memuat 75% artikel *pro-Brexit* dan hanya 15% artikel *anti-Brexit*. Posisi kedua diduduki oleh *The Daily Mail* yang memuat 61% artikel *pro-Brexit* dan hanya 14% *anti-Brexit* serta sisanya netral. Selanjutnya ditempati oleh *The Sun*, *The Daily Star*, dan *The Telegraph*. Selain itu, media massa yang berpihak kepada kubu *Remain* pun ada, yaitu *The Guardian*, *The Daily Mirror*, dan *The FT (Financial Times)*. Sedangkan media yang dianggapimbang dan netral adalah *The Times* (Khabaz, 2018).

TINJAUAN PUSTAKA

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Franco Zappettini yang berjudul "*The Tabloidization of the Brexit Campaign Power of the (British) People*" (Zappettini, 2020). Tulisan ini membahas secara detail bagaimana peran tabloid *online* dalam melakukan meditasi kampanye referendum Brexit dalam korpus tabloid *online* di Inggris untuk menjawab pertanyaan kritis tentang bagaimana orang-orang yang namanya di legitimasi Brexit dikonstruksi dan dimobilisasi secara diskutif. Kebanyakan tabloid seperti *Mail Sun Express Triad* mengaitkan ancaman ini dengan kebijakan imigrasi di Uni Eropa yang sebagian besar dianggap merugikan kepentingan rakyat Inggris.

Franco Zappettini menegaskan bahwa tabloid Inggris seperti *The Daily Mail*, *The Daily Express* dan *The Sun* merupakan tabloid Inggris yang paling aktif dalam melegitimasi Brexit, dengan menggunakan representasi antagonistik tertentu dari orang-orang melalui karakteristik linguistik mereka sebagai warga Inggris yang menentang kelompok lain yaitu imigran.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Yuriy Gorodnichenko, Tho Pham dan Oleksandr Talavera yang berjudul "*Social Media, Sentiment and Public Opinions: Evidence From #Brexit and #USElection*" (Yuriy Gorodnichenko, 2018). Penelitian ini membahas secara detail mengenai peran media sosial dalam membentuk opini publik dalam peristiwa Brexit di Inggris, dimana informasi tentang Brexit disebarluaskan dan diserap di antara pengguna media sosial.

Munculnya *hashtag* di seperti *#Brexit* dan *#USElection* merupakan salah satu bentuk bagaimana referendum Brexit disebarluaskan dengan cepat di media sosial. Adanya media sosial dapat menciptakan rasa konsensus atau dukungan publik, dimana media sosial memang dapat mempengaruhi opini publik dengan cara yang baru.

Ketiga, penelitian yang dilakukan Martin Dangerfield yang berjudul "*The Role of 'Letters to the Editor' in Shaping Mass Media Representation of Brexit*" (Dangerfield, 2018). Tulisan ini membahas secara detail mengenai Brexit yang telah menarik banyak perhatian media Inggris untuk meliputinya. Media berperan sebagai sarana untuk memberikan informasi yang dimana informasi tersebut dapat mempengaruhi masyarakat terkait pilihannya pada saat referendum Brexit berlangsung. Selain media, surat kabar Inggris juga memiliki peran penting dalam menentukan hasil referendum dengan membentuk pandangan publik atau menegaskan kembali pandangan yang sudah ada sebelumnya.

Adanya pendekatan yang berbeda terhadap halaman surat juga mempengaruhi peran dari surat kabar dalam kontribusi masyarakat terhadap referendum Brexit. Salah satu faktornya tentu saja adalah panjang huruf yang normal, dengan asumsi bahwa semakin pendek hurufnya maka akan semakin kurang mendalam pembahasannya. Gaya kepenulisan dari konten yang dibuat oleh media cetak memang sangat mempengaruhi pola pikir masyarakat dan hal tersebut justru akan berimbas pada hasil referendum.

Keempat, penelitian yang dilakukan Tamsin Parnell yang berjudul "*Tinpot Revolutionary Agitation: Framing Brexit-Related Demonstrations in the British Pro-Brexit Press*" (Parnell, 2022). Tulisan ini secara detail membahas mengenai pembingkai berita yang dilakukan oleh media Inggris pada saat kampanye berlangsung. Media melakukan penyelarasan emosional dengan para demonstran pendukung Brexit. Berita berbasis emosi ini membingkai tindakan protes sebagai tindakan dari ekspresi psikologis kolektif yang dibenarkan. Terdapat lima surat yang mendukung aksi pro-Brexit ini yaitu *The Daily Express*, *The Daily Mail*, *The Sun*, *The Daily Star*, dan *The Telegraph*. Media-media tersebut membuat berita atau pun konten yang memicu adanya perubahan dukungan oleh publik yang awalnya berada di kelompok *Remain*, lalu berubah arus menjadi kelompok *Leave*.

Terjadi saling adu argumen antara media-media di Inggris baik yang bersifat pro maupun yang bersifat kontra. Isi dalam pemberitaan tersebut mempengaruhi opini dari masyarakat yang nantinya akan berpengaruh terhadap referendum Brexit. *The Telegraph* menjadi media yang tetap mendukung atau mempengaruhi masyarakat agar memilih Brexit. Hal yang terpenting dalam tulisan ini adalah adanya permainan emosi yang dilakukan oleh beberapa media Inggris pada saat kampanye berlangsung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif konseptual karena tulisan ini berasal dari berbagai sumber atau konsep yang sebelumnya sudah dikaji oleh orang lain, lalu berangkat dari pendekatan kualitatif konseptual ini penulis menggunakan pendekatan deskriptif analisis yang mengambil masalah dan memusatkan perhatian kepada masalah. Teknik analisis data dilakukan dengan mengumpulkan data melalui studi kepustakaan, mereduksi data untuk memilah hal-hal pokok serta merangkum, menyajikan data dengan uraian panjang untuk menjelaskan setiap variabel dan kaitannya, kemudian menarik kesimpulan sebagai hasil akhir dan jawaban dari pertanyaan penelitian atau fenomena yang terjadi, dengan dua variabel yaitu independen dan dependen serta menggunakan teori sebagai lensa untuk melihat fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2014).

KERANGKA PEMIKIRAN

TEORI *FOREIGN POLICY*

Kebijakan luar negeri atau *foreign Policy* merupakan salah satu teori yang dikemukakan oleh Kalevi J. Holsti. Pada teorinya, kebijakan luar negeri merupakan ide serta gagasan dalam membentuk suatu rumusan yang bertujuan untuk memecahkan suatu permasalahan maupun bertujuan untuk melakukan perubahan dalam suatu wilayah. Walaupun terdapat perbedaan tujuan dan perbedaan kebijakan setiap negara, namun dengan adanya kebijakan luar negeri setiap negara harus menyamakan dan memiliki kesepahaman dalam melakukan kerja sama (Holsti, 2016).

Foreign policy tidak selamanya akan berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan dan apa yang telah dirumuskan atau tujuan yang hendak dicapai. Hal tersebut sangat bergantung pada faktor-faktor yang mempengaruhinya baik ketika perumusan maupun ketika pelaksanaan. Terdapat tiga faktor utama yang sangat berpengaruh terhadap *foreign policy*, yaitu faktor psikologis, faktor internasional dan faktor domestik.

pada beberapa kasus tertentu terdapat aktor lain yang berpengaruh terhadap *foreign policy* diantaranya adalah organisasi non-pemerintah, *think tanks*, dan media. Media digunakan oleh warga negara untuk mengevaluasi pemerintah mereka, maka dari itu media melalui publik sangat berpengaruh terhadap kebijakan yang diambil oleh pemerintah. Pada hal ini yaitu adanya *agenda setting* yang dimana media memiliki kekuatan untuk mempengaruhi opini dan perilaku publik dengan menetapkan agenda apa yang dianggap penting. Media tidak mempengaruhi pikiran orang dengan memberi tahu mereka apa yang harus dipikirkan dan ide atau nilai apa yang mereka miliki, tetapi dengan memberi tahu mereka masalah dan isu apa yang harus dipikirkan.

Proses pembuatan *foreign policy* terjadi didalam lingkungan dimana itu dilakukan oleh media secara terpisah yang akan membentuk opini publik dan sudah di *setting* oleh rezim politik negara. Proses keterlibatan media dalam proses pembuatan *foreign policy* sangat rumit namun dapat lebih mudah dengan media sebagai input dari pembuatan keputusan dan media sebagai lingkungan yang harus disesuaikan serta dipertimbangkan oleh pemimpin dalam proses pembuatan kebijakan. Dari semua unsur *Foreign Policy* yang ada, unsur media dan opini publik paling berpengaruh terhadap proses pengambilan kebijakan pada kasus Brexit. Oleh karena itu, peran media sangat penting dan sangat berpengaruh dalam proses pembuatan kebijakan luar negeri (Shivakoti, 2022).

Pada kebijakan luar negeri terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi suatu kebijakan agar dapat dibentuk. Dari semua unsur *Foreign Policy* yang ada, unsur media dan opini publik paling berpengaruh terhadap proses pengambilan kebijakan pada kasus Brexit. Melalui teori ini, dapat dilihat bagaimana pemberitaan media dapat mempengaruhi dukungan publik terhadap disintegrasi Inggris dari keanggotaan di Uni Eropa.

KONSEP THE FOURTH ESTATE

The Fourth Estate adalah konsep yang lahir pada abad ke-18 yang memiliki arti terkait faktor kekuasaan dan independensi pers dalam hubungannya dengan institusi-institusi negara. Pada abad itu, sebuah lembaga pers masih bekerja dalam budaya partisan. Hal ini dimaksudkan bahwa pemberitaan pers kental dengan prinsip *political judgement*. Pers masih bisa menyuarakan sikap politiknya dalam pemberitaan, sehingga implikasinya mereka memiliki kejelasan sikap mengenai apa dan siapa yang harus didukung, serta sebaliknya apa dan siapa yang tidak harus didukung (Kakabadse, 2022).

Pada konsep *the Fourth Estate*, media memiliki tempat tersendiri yang bersebelahan dengan badan legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Posisi ini memberikan fungsi *check and balance* bagi pers untuk melakukan evaluasi terhadap kinerja badan pemerintah yang lain. Penting bagi suatu pemerintahan agar dilengkapi dengan *Fourth Estate* yang kritis serta memiliki keberanian untuk memberikan penilaian, bahkan menegur jika memang hal tersebut diperlukan.

The Fourth Estate yang mengacu pada pers, secara khusus memiliki kemampuan untuk membongkar suatu berita. Ketika terjadi penyalahgunaan kekuasaan oleh elit politik atau terbentuknya suatu kebijakan yang tidak sesuai dengan aspirasi rakyat, salah satu cara yang dapat dilakukan media adalah dengan mempublikasikannya kepada masyarakat luas, sehingga secara tidak langsung hal tersebut dapat sekaligus memobilisasi rakyat untuk menentang pemerintah. Peran tersebut bersifat esensial bagi negara untuk menjamin berjalannya sistem pemerintahan yang efektif dan menghindari adanya penyalahgunaan kekuasaan (*abuse of power*). Media menjadi perantara dan jembatan penghubung untuk menyalurkan opini publik dan meneruskannya ke pemerintah.

Pemerintah sebenarnya dapat mengendalikan media dengan mudah dan sebaliknya media pun cenderung mengikuti aturan main negara. Namun pola hubungan tersebut berubah ketika pemerintah mulai bersikap tidak tegas terhadap isu tertentu dan diketahui oleh pihak media. Disisi lain saat pemerintah tidak yakin, di sini lah media mulai mempertanyakan kebijakan yang diambil oleh pemerintah. Jika terdapat kasus yang diketahui oleh media, maka media akan mempublikasikannya kepada masyarakat luas.

The Fourth Estate menjelaskan bahwa media memiliki pengaruh dan keterlibatannya sendiri terhadap kebijakan luar negeri. Pada studi kebijakan luar negeri, kita dapat menganalisis terkait preferensi atau latar belakang sosial dibalik terbentuknya suatu kebijakan. Salah satu *societal preferences* tersebut adalah media yang berperan sebagai jembatan penghubung antara publik dengan para pembuat kebijakan. Media menjadi sumber informasi utama bagi masyarakat untuk melihat dinamika yang sedang terjadi di dalam pemerintahan, sedangkan pembuat kebijakan mengikuti perkembangan media untuk mengetahaui bagaimana pendapat rakyat (Adanlawo, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

INGGRIS DAN PROBLEMATIKA KEANGGOTAANNYA DI UNI EROPA

Referendum Brexit merupakan suatu peristiwa yang menandai keluarnya Inggris dari keanggotaannya di Uni Eropa. Hal ini menjadi sebuah era baru yang menimbulkan adanya potensi perubahan terhadap bidang kedaulatan serta kebijakan. Kebijakan Brexit memberikan peluang bagi Inggris untuk dapat mengatur tentang bagaimana kepentingan nasionalnya sendiri yang diambil tanpa ada intervensi dari Uni Eropa terkait pengaturan masyarakat hingga perekonomian negaranya. Brexit mengakibatkan Inggris dan Uni Eropa harus bisa menyelesaikan urusan-urusan terkait perpisahannya dalam waktu yang singkat. Munculnya Brexit merupakan hal yang baru dan luar biasa bagi Uni Eropa maupun bagi dunia, mengingat keanggotaan Inggris yang sudah cukup lama sebagai negara anggota di Uni Eropa (Michelle, 2022).

Referendum Brexit dan Penyebabnya

Referendum pertama yang dilakukan oleh Inggris terkait hubungannya dengan Uni Eropa yaitu pada tahun 1975. Hasil yang diperoleh pada saat itu ialah mayoritas masyarakat Inggris menginginkan untuk tetap mempertahankan keanggotaan Inggris di Uni Eropa. Referendum tersebut dilakukan karena masyarakat Inggris yang merasa terbebani dengan adanya *European Economic Community* (EEC) sebelum diubah menjadi Uni Eropa pada tahun 1993. Referendum Brexit kedua dilaksanakan pada tanggal 23 Juni 2016 yang merupakan proses pemungutan dari hasil suara yang akan dilaksanakan untuk mengambil suatu keputusan antara *leave* atau *remain*. David Cameron yang berasal dari Partai Konservatif ini merupakan tokoh utama dari isu atas referendum Brexit, ia telah menjanjikan untuk mengadakan referendum lanjutan terkait penarikan diri Inggris dari keanggotaannya di Uni Eropa jika dirinya berhasil terpilih sebagai Perdana Menteri Inggris (Warren, 2016).

Pada saat akan dilaksanakannya referendum tersebut, masyarakat Inggris terbagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok *Vote Leave* dan *Vote Remain*. Referendum Brexit diikuti oleh 71,8% populasi masyarakat Inggris yang berumur 18 tahun keatas termasuk pemilih yang berkewarganegaraan Inggris dan sedang berada diluar Inggris. Kelompok *Vote Leave* ini didirikan pada tanggal 10 September 2015 yang merupakan gabungan partai-partai besar maupun kecil yang berada di Inggris dan diresmikan oleh *Electoral Commission*. Ketua dari kelompok *Leave* ini bernama Gisela Stuart yang berasal dari Partai Buruh. Kelompok ini juga didukung oleh *United Kingdom Independence Party* (UKIP) yang sangat mendukung agar Inggris dapat keluar dari keanggotaannya di Uni Eropa. Kelompok *Vote Leave* ini menganggap dengan keluarnya Inggris dari Uni Eropa, hal tersebut dapat diartikan sebagai keadaan baru dimana Inggris dapat mengatur sendiri terkait kebijakan nasionalnya mengenai ekonomi, politik, pertahanan, serta dapat melakukan kontrol atas imigrasi.

Penyebab terjadinya referendum Brexit karena terdapat beberapa kebijakan dari Uni Eropa yang dianggap tidak sejalan dengan kepentingan nasional Inggris, diantaranya yaitu:

1. Kebijakan Terkait Imigran

Kebijakan *Open Border Policy* diatur di dalam *Schengen Agreement* yang dibuat dan ditandatangani pada tanggal 14 Juni 1985 di kota Schengen, Luksemburg. Pertemuan tersebut dihadiri oleh lima dari sepuluh negara anggota Uni Eropa yaitu Jerman, Belanda, Prancis, Belgia dan Luksemburg. Kebijakan ini dikenal juga sebagai kebijakan *Open Door Immigration Policy*. Kebijakan ini merupakan kebijakan pergerakan bebas tanpa melewati batas negara. Kebijakan ini tercantum dalam *The Treaty on the Functioning of the European Union* (TFEU), *Lisbon Treaty* dan Perjanjian EEA.

Perjanjian *Schengen* menimbulkan kekhawatiran dan ketakutan bagi Inggris karena Inggris takut akan kehilangan kendali atas arus imigran yang masuk ke negaranya. Masyarakat Inggris juga semakin lama semakin resah dengan kehadiran imigran yang jumlahnya cukup banyak dan memasuki negaranya. Menurut mereka dengan bertambahnya jumlah imigran yang sudah tidak terkontrol, hal tersebut akan menyebabkan terjadinya tingkat kejahatan dan ketidakstabilan kondisi ekonomi yang semakin tinggi, serta ancaman terhadap politik dan sosial di Inggris akan menjadi masalah yang tidak dapat dihindar. Berdasarkan kekhawatiran inilah masyarakat Inggris menekankan kepada pemerintah Inggris agar masalah imigran dapat ditanggapi dengan serius.

Keluarinya Inggris dari keanggotaan di Uni Eropa akan memudahkan Inggris dalam melakukan pembatasan terhadap jumlah imigran yang masuk. Masyarakat percaya bahwa mereka akan merasakan kembali hak-hak nya sebagai warga negara Inggris, dimana sebelumnya mereka tidak dapat merasakan hal tersebut karena para imigran yang masuk dapat berlaku bebas seperti warga lokal. Oleh karena itu mayoritas dari masyarakat Inggris mendukung adanya Brexit, karena keputusan ini dinilai efektif dalam mengatasi masalah yang terjadi antara Inggris dan Uni Eropa terkait isu imigran (Goodwin and Milazzo, 2017).

2. Kebijakan Pasar Tunggal Eropa dengan Mata Uang Tunggal

Kebijakan pasar tunggal Eropa adalah kebijakan yang menjadi bagian dari *European Monetary Union* atas penggunaan mata uang tunggal yaitu mata uang Euro yang nantinya akan digunakan oleh semua negara anggota. Hal ini dilakukan oleh Uni Eropa dengan tujuan untuk meningkatkan integrasi antar negara anggotanya, serta untuk mempersatukan ekonomi dan menstabilkan moneter Eropa. Sejumlah 19 negara anggota Uni Eropa menetapkan penggunaan Euro sebagai mata uang negaranya.

Penolakan yang dilakukan oleh Inggris dengan tidak menerima Euro sebagai mata uang negaranya adalah karena Inggris takut nantinya akan kehilangan kendali atas suku bunga. Sistem tersebut juga dianggap nantinya akan berpengaruh terhadap hilangnya kenyamanan dengan nilai tukar Poundsterling oleh investor yang telah terbiasa menukarkan Poundsterling ke Dollar begitupun sebaliknya. Hal yang akan terjadi jika Inggris menerima Euro sebagai mata uang negaranya adalah nilai suku bunga nantinya akan diatur oleh *European Central Bank* (ECB). Penggunaan Euro juga ditolak oleh Inggris karena Poundsterling merupakan bagian penting dari peradaban sejarah Inggris (Jones, 2020).

3. Iuran Uni Eropa

Setiap tahunnya negara anggota diwajibkan untuk membatasi iuran kepada Uni Eropa dengan tujuan untuk kebijakan pertanian, bantuan terhadap negara anggota yang dianggap kurang mampu, atau kebijakan lainnya untuk pembangunan Uni Eropa. Inggris merupakan negara yang menjadi kontributor anggaran terbesar setelah Jerman dan Prancis dengan jumlah pembayaran sebesar 17,8 miliar yang apabila dijabarkan lebih lanjut, maka setiap masyarakat Inggris harus mengeluarkan dana sebesar 200 Euro untuk anggaran tersebut. Jumlah ini dianggap lebih besar jika dibandingkan dengan anggaran dalam negeri yang hanya mengeluarkan sebesar 9 miliar Euro per tahun. Iuran yang dibayarkan tersebut tidak sepadan jika dibandingkan dengan apa yang didapat oleh Inggris. Berdasarkan data yang diperoleh dari parlemen Inggris, iuran bersih yang diberikan Inggris sejak tahun 2010 rata-rata sebesar 12-14 miliar Euro, sedangkan untuk penerimaan mereka berada dikisaran sebesar 3-4 miliar Euro.

Menurut gagasan yang disampaikan oleh kelompok *Vote Leave*, jika Inggris keluar dari keanggotaan di Uni Eropa maka dana iuran tersebut dapat dialokasikan ke berbagai sektor untuk mewujudkan kepentingan nasional negaranya, seperti pembiayaan kesehatan publik, pembangunan sekolah hingga pembangunan infrastruktur. Ketimpangan tersebut menjadi salah satu alasan mengapa Inggris memutuskan untuk menarik diri dari keanggotaan di Uni Eropa. Hal tersebut karena Inggris merasa terbebani dengan iuran yang harus dikeluarkannya setiap tahun dan kebijakan tersebut selain berpengaruh kepada kepentingan nasional juga merugikan masyarakat Inggris (Wheeler, 2017).

4. Negara Besar Uni Eropa

Pada bulan September tahun 2015 adanya pembentukan proposal Negara Besar Uni Eropa yang telah ditandatangani oleh wakil negara dari Jerman, Italia, Luksemburg, dan Prancis. Secara garis besar proposal tersebut berisikan tentang integrasi Uni Eropa yang lebih mendalam terkait kebijakan sosial, budaya, keamanan dan juga pertahanan.

Perdana Menteri David Cameron dalam pidatonya pada tanggal 23 Juni 2013 menyatakan bahwa salah satu yang menjadi perhatian oleh Inggris yaitu tentang mengevaluasi hubungan Inggris dan Uni Eropa. Hal yang perlu untuk dievaluasi yaitu terkait dengan kedaulatan Inggris sebagai negara anggota Uni Eropa. David Cameron merasa bahwa Uni Eropa terlalu mengintervensi dan telah terintegrasi lebih dalam melebihi sebuah institusi dan hal tersebut merupakan ancaman bagi kedaulatan Inggris. Boris Johnson yang kala itu menjabat sebagai walikota London juga menyatakan bahwa dengan adanya proposal tersebut maka akan mengancam Inggris yang dipaksa untuk lebih masuk ke dalam integrasi Uni Eropa. Boris Johnson juga menyatakan bahwa Inggris tidak akan ikut berintegrasi karena kebijakan Inggris sangat berlawanan dan mengharuskan agar Inggris keluar dari Uni Eropa.

Kebijakan tersebut merupakan suatu hal yang tidak mungkin jika diterapkan di Inggris karena Inggris sangat melindungi kedaulatannya dan tidak membiarkan siapapun mengintervensi negaranya termasuk Uni Eropa. Sebagai negara yang *independent* sejak lama, maka tidak ada kebijakan atau pihak manapun yang dapat memaksa Inggris dalam bergabung dengan rencana Negara Besar Uni Eropa tersebut. Hal inilah yang menjadi salah satu pertimbangan Inggris untuk menarik diri dari keanggotaan di Uni Eropa (Fetzer, 2019).

PUBLIK, MEDIA, DAN KEBIJAKAN POLITIK DI INGGRIS

Pada tahun 2016 kebijakan terkait referendum Brexit dilaksanakan kembali, hal tersebut karena adanya tekanan dari opini publik masyarakat Inggris. Referendum tersebut pada awalnya akan dilaksanakan pada tahun 2017, akan tetapi karena adanya renegosiasi terhadap hubungan Inggris dan Uni Eropa maka referendum tersebut dilaksanakan pada tahun 2016. Pada referendum ini keputusan yang menentukan apakah Inggris tetap dalam keanggotaan Uni Eropa atau keluar bukanlah bergantung pada keputusan para birokrat atau anggota parlemen yang berada dalam pemerintahan. Keputusan tersebut secara keseluruhan ditentukan oleh masyarakat Inggris sebagai akhir dari segala proses terkait referendum Brexit. Kebijakan dari referendum Brexit tersebut dianggap sudah sesuai dengan prinsip demokrasi Inggris yang menyerahkan hak politik secara penuh kepada masyarakat Inggris. Prinsip dari demokrasi tersebut yang pada akhirnya membawa isu terkait referendum Brexit ini menjadi perdebatan di berbagai kalangan (Haberstroh, 2022).

Pada saat kebijakan Brexit dilaksanakan, masyarakat Inggris terbelah menjadi dua kelompok yaitu kelompok yang mendukung Brexit (*Vote Leave*) dan kelompok yang kontra Brexit (*Vote Remain*). Dimulai dari tanggal 15 April hingga 23 Juni 2016 merupakan waktu yang diagendakan secara resmi untuk melaksanakan kampanye menjelang referendum. Kelompok yang mendukung Brexit yaitu kelompok *Vote Leave* diresmikan oleh *Electoral Commission*. Kelompok *Vote Leave* ini didirikan pada tanggal 10 September 2015 dan dipimpin oleh ketua dari Partai Buruh yaitu Gisela Stuart. Kelompok *Vote Leave* mengangkat tema kampanye dengan menggunakan isu utama yaitu tentang imigrasi dan isu lainnya seperti isu perdagangan, kedaulatan, dan pertahanan dari Inggris.

Pada saat awal kampanye perilaku masyarakat Inggris terhadap Uni Eropa jauh lebih lunak jika dibandingkan dengan suara dalam referendum. Hal-hal yang terjadi saat proses kampanye *Vote Leave* dan *Vote remain* kemungkinan besar berdampak kepada perubahan perilaku masyarakat Inggris terhadap Uni Eropa. Pada pelaksanaan kampanye tersebut dalam mempengaruhi opini publik, kelompok *Vote Leave* dan *Vote Remain* menggunakan strategi kampanye yaitu *Project Fear*, *Emotional Connection*, dan pengaruh dari *Public Figure*. Strategi tersebut dijadikan senjata yang berharga oleh kedua kelompok tersebut dalam menentukan keputusan masyarakat ketika referendum Brexit dilaksanakan.

Pada saat melaksanakan kampanye Brexit, media massa dianggap sebagai sarana yang efektif dalam penyampaiannya kepada masyarakat. Media massa dianggap dapat mempengaruhi suatu bentuk pandangan masyarakat untuk menentukan pilihan pada saat referendum. Media dengan berita dan artikel yang disampaikan kepada masyarakat Inggris mengenai Brexit memberikan dampak tentang bagaimana masyarakat melihat fenomena ini, dan mungkin dampak tersebut akan berpengaruh dalam memberikan suara pada saat referendum dilaksanakan.

Kelompok *Vote Leave* dan *Vote Remain* dalam mengkampanyekan gagasan mereka terkait Brexit menggunakan media sosial sebagai sarana yang dianggap efektif. Media sosial disini yaitu *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram* yang dua kelompok tersebut gunakan. Kelompok *Vote Leave* dan *Vote Remain* berlomba-lomba dalam menggunakan media sosial untuk membuat masyarakat tertarik dengan gagasan dan pemikiran mereka, sehingga berpengaruh pada saat pemilihan berlangsung. Media sosial digunakan sebagai sarana bagi kedua

kelompok tersebut, karena media sosial dianggap lebih hemat biaya dibandingkan dengan media konvensional seperti poster, *Flyer*, spanduk atau memasang iklan di koran dan televisi. Selain itu, media sosial juga mudah digunakan dan dapat menjangkau banyak orang dengan waktu yang relatif cukup cepat. Menurut data sebanyak 59% warga Inggris memiliki media sosial dan 32 juta jiwa mengaksesnya dengan menggunakan *smart phone* (Niininen, 2022).

Media massa yang berpihak dalam mendukung Inggris untuk keluar dari Uni Eropa, pada peringkat satu diduduki oleh *The Daily Express* yang memuat 75% artikel *pro*-Brexit dan hanya 15% artikel anti-Brexit. Posisi kedua diduduki oleh *The Daily Mail* yang memuat 61% artikel *pro*-Brexit dan hanya 14% anti Brexit serta sisanya netral. Selanjutnya pada posisi yang sama ditempati oleh *The Sun*, *The Daily Star*, dan *The Telegraph*. Selain itu, media massa yang berpihak kepada kubu Remain pun ada, yaitu *The Guardian*, *The Daily Mirror*, dan *The FT (Financial Times)*. Sedangkan media yang dianggap imbang dan netral adalah *The Times*.

Media-media ini tetap menggunakan sarana lama seperti surat kabar dan majalah untuk di dalam negeri, akan tetapi untuk kancah internasional masyarakat biasanya menggunakan media sosial yang dapat dijangkau dari berbagai tempat dan waktu. Oleh karena itu pemberitaan yang sudah diatur sedemikian rupa oleh media dapat mempengaruhi pola pikir tidak hanya masyarakat di Inggris saja, akan tetapi masyarakat internasional mengenai situasi Brexit yang terjadi di Inggris.

PERAN MEDIA MASSA INGGRIS DAN DUKUNGAN PUBLIK TERHADAP DISINTEGRASI INGGRIS

Pada saat menyampaikan gagasan terkait kebijakan Brexit, kelompok *Vote Leave* dan *Vote Remain* menggunakan media massa dalam melakukan kampanye. Media massa berperan sebagai sarana dalam memberikan informasi, yang dimana informasi tersebut dapat mempengaruhi masyarakat terkait pilihannya pada saat referendum Brexit berlangsung. Media massa dijadikan sebagai sarana yang efektif dalam menyalurkan gagasan terkait kebijakan Brexit. Tidak hanya media massa saja yang digunakan, media sosial juga digunakan sebagai alat untuk mengkampanyekan kebijakan Brexit, media sosial disini yaitu *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram* (Martins, 2021).

Kelompok *Vote Leave* dan *Vote Remain* pada saat menjalankan kampanyenya menggunakan media sosial, memiliki masing-masing strategi untuk menginterpretasikan gagasan mereka. Kelompok *Vote Leave* menggunakan emosi dan perasaan dalam menjalankan kampanyenya, psikis dari masyarakat Inggris dimanfaatkan oleh kelompok ini yang membuat masyarakat tersentuh dengan ide untuk keluar dari keanggotaan Uni Eropa. Adapun yang menjadi *Tag line* utama oleh kelompok ini adalah *Vote Leave* dengan menggunakan tanda pagar menjadi *#VoteLeave*. Berbeda dengan kelompok *Vote Remain* yang melakukan kampanye dengan tidak menggunakan perasaan dan tidak menyerang psikis masyarakat Inggris. Kelompok ini dalam menyampaikan gagasannya, mereka menggunakan data dan fakta yang akurat tentang apa saja keuntungan yang diperoleh jika Inggris memutuskan untuk tetap dalam keanggotaan Uni Eropa, dan apa saja kerugian yang diperoleh jika Inggris keluar dari keanggotaan di Uni Eropa. *Tag line* yang digunakan oleh kelompok ini adalah *Britain Stronger In* dengan menggunakan tanda pagar menjadi *#StrongerIn*.

Pada waktu tiga bulan pertama pada masa kampanye Brexit, media di Inggris lebih cenderung berpihak kepada *Leave* dan hal tersebut berdampak pada media massa lainnya di tingkat Internasional. Terdapat sekitar 1558 artikel yang membahas isu terkait referendum Brexit dengan rata-rata 52 artikel dalam satu hari. Media di Inggris sebanyak 41% mendukung agar Inggris keluar dari keanggotaan Uni Eropa dan 27% mendukung agar Inggris tetap pada keanggotaan Uni Eropa, sedangkan yang netral dalam penyampaian beritanya sebanyak 32% dengan rincian 23% antara mendukung keluar atau bertahan dan 9% tidak mengambil posisi.

Kebijakan Luar Negeri Inggris Terkait Brexit yang Dipengaruhi oleh Media dan Dukungan Publik

Referendum Brexit yang dilaksanakan pada tanggal 23 Juni 2016 memberikan hasil bahwa Inggris keluar dari keanggotaannya di Uni Eropa. Pemilihan keputusan antara *Leave* dan *Remain* sepenuhnya ditentukan oleh masyarakat Inggris karena sesuai dengan prinsip negaranya, bahwa hak politik tertinggi dipegang oleh rakyat. Keputusan yang diambil oleh masyarakat dalam memilih pada saat referendum berlangsung merupakan bagian dari opini publik. Hasil yang diperoleh dari referendum tersebut mau tidak mau harus diproses oleh pemerintah Inggris. Hal tersebut menjelaskan bahwa, suara dari masyarakat atau opini publik dapat mempengaruhi kebijakan luar negeri suatu negara secara signifikan (Sotkasiira and Gawlewicz, 2021).

Pada saat menghasilkan keputusan Brexit tersebut, adanya dukungan yang dipengaruhi oleh domestik. Pengaruh domestik yang dihasilkan tidak terlepas dari adanya gabungan partai-partai yang ada di Inggris seperti Partai Konservatif, Partai Buruh, UKIP, dan masih banyak lagi. Partai-partai tersebut membentuk sebuah kelompok yang terbagi menjadi dua yaitu *Vote Leave* dan *Vote Remain*, kemudian kelompok tersebut disahkan oleh *Electoral Commission*. Dalam melakukan kampanye, kelompok tersebut melakukannya secara langsung dan melalui media massa juga. Kampanye yang dilakukan tersebut pada akhirnya membuat opini masyarakat terbentuk sehingga berpengaruh terhadap dukungan yang akan diambil pada saat referendum berlangsung, baik itu memilih *Leave* atau *Remain*.

Hal ini menjelaskan bahwa kebijakan luar negeri Inggris dapat dilihat dan dipengaruhi oleh politik domestiknya. Referendum Brexit juga dilaksanakan untuk mengurangi tekanan dari dalam negeri seperti tekanan yang diberikan oleh media dan opini publik. Dorongan yang dilakukan oleh media terhadap pemerintah dalam melaksanakan kebijakan Brexit dapat mempengaruhi kebijakan luar negeri dari Inggris. Hal ini terjadi karena media Inggris memiliki popularitas yang sangat berpengaruh baik dari lingkup domestik maupun internasional. Dukungan publik yang dipengaruhi oleh media sangat berdampak terhadap pengambilan keputusan kebijakan luar negeri Inggris. Hal ini dikarenakan tekanan yang diterima oleh Inggris tidak dapat ditampung lagi dan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah pun semakin berkurang. Oleh sebab itu melalui terealisasinya kebijakan Brexit membuktikan bahwa *Foreign Policy* di Inggris masih berjalan dengan baik sesuai dengan prinsip yang ada. Pemerintah Inggris mau tidak mau akhirnya memproses hasil referendum Brexit yaitu untuk keluar dari keanggotaan di Uni Eropa (Bischof, 2022).

Pada teori *Foreign Policy*, media dan opini publik merupakan dua hal dari banyaknya komponen yang mempengaruhi kebijakan luar negeri. Inggris merupakan negara yang sangat mengedepankan prinsip negaranya dan meletakkan hak politik tertinggi ditangan rakyat. Pada

kasus Brexit ini, masyarakat yang sudah dipengaruhi oleh media saat kampanye Brexit memiliki keputusan akhir bahwa mereka menginginkan untuk Inggris keluar dari keanggotaannya di Uni Eropa. Pemerintah Inggris untuk memegang prinsip negaranya dan agar kepercayaan masyarakat tidak pudar terhadap pemerintahannya, maka Inggris mau tidak mau harus memenuhi keinginan masyarakat dan membuktikan prinsipnya dengan memenuhi keinginan masyarakat untuk keluar dari keanggotaan di Uni Eropa.

Media berada di antara tahap *input* dan *output* yang melibatkan beberapa instrumen penting dalam penyusunan kebijakan luar negeri. Selain itu, setelah proses penyusunan kebijakan luar negeri selesai, media juga berperan dalam menunjukkan implementasi kebijakan luar negeri kepada masyarakat, pemerintah, dan negara-negara lainnya. Media memiliki pengaruh yang cukup signifikan dalam pengambilan kebijakan luar negeri, sehingga *output* dari kebijakan luar negeri Inggris sangat dipengaruhi oleh media. Kalevi J. Holsti dalam teori pengambilan kebijakan luar negeri menjelaskan bahwa media dalam ranah politik domestik memiliki pengaruh dalam membentuk opini publik melalui *agenda setting*. Hal ini terjadi di Inggris dalam terimplementasinya kebijakan Brexit yang dipengaruhi oleh media dan opini publik.

Kekuatan Media dalam Terealisasinya Kebijakan Brexit

Secara umum opini publik menggambarkan mengenai suatu sikap bersama atau suasana hati dari masyarakat, baik itu positif maupun negatif. Media memiliki peran dalam membentuk sikap dan perilaku masyarakat terutama ketika berada pada tatanan masyarakat yang menggunakan media sebagai alat sosialisasi politik. Media dapat mempengaruhi pendapat masyarakat melalui berbagai informasi yang disajikan. Media menjadi sarana yang cukup efektif dalam membentuk pendapat umum, terutama dalam menyangkut kebijakan pemerintah. Media membentuk pemikiran, opini, dan sikap masyarakat yang pada akhirnya hal tersebut menuju ke arah pembentukan perilaku. Pada masa kampanye Brexit, media berperan dalam mempengaruhi perilaku pemilih terkait keputusan yang akan diambil saat referendum. Sifat dari media yang memiliki keunggulan tersendiri membuatnya dapat menyebarkan berita sesuai dengan *agenda-setting*

Media massa memiliki kemampuan dalam melipatgandakan pesan yang begitu mengagumkan. Dilipatgandakan atau tidaknya pesan tersebut memiliki korelasi yang begitu erat dengan respons masyarakat terhadap isu yang sedang hangat diperbincangkan. Dampak dari pelipatgandaan pesan ini sangat besar di tengah masyarakat. Intensitas yang diberikan oleh media dalam menyebarkan beritanya memberikan tanggapan yang kognitif bagi para penerima, sehingga dapat mempengaruhi pilihan dan orientasi dari pemilih. Pada saat menyampaikan pesannya, media akan menggiring opini masyarakat agar mengikuti pesan yang disajikan oleh media. Berita yang akan disampaikan oleh media kepada masyarakat dikemas terlebih dahulu dan dibingkai sedramatisir mungkin yang berpotensi untuk masyarakat tersentuh akan berita yang diterimanya (Kim, 2004).

Beberapa media besar di Inggris seperti *The Daily Express*, *The Telegraph*, *The Guardian*, *The Financial Times* dan lainnya menjadi pelopor dalam memberitakan berita terkait Brexit, berita yang disampaikannya pun tidak terlepas dari kritikan yang memicu adanya sikap saling menyerang antar kelompok, baik kelompok *Vote Leave* maupun *Vote Remain*. Media-media di Inggris memiliki peran besar dalam pembuatan kebijakan luar negeri

negaranya, karena media tersebut dapat menyajikan sesuatu yang unik kepada masyarakat tentang keadaan Brexit yang sedang hangat diperbincangkan. Konsumsi berita oleh masyarakat Inggris sangat tinggi, oleh karenanya pemikiran dan perilaku masyarakat bergantung kepada pembingkai berita yang disampaikan.

Media massa *The Guardian*, *The Telegraph*, *The Daily Express*, dan sebagainya membuat inovasi dalam menyampaikan beritanya, salah satunya dengan beralih ke *new media* melalui *website* dan stasiun televisi yang tidak hanya mengandalkan siaran dalam televisi saja, akan tetapi bisa juga diakses melalui via internet dan portal berita *online*. Media dengan berita dan artikel yang disampaikan kepada publik domestik Inggris dan internasional mengenai Brexit memberikan dampaknya juga, tentang bagaimana orang-orang dalam melihat fenomena tersebut yang pada akhirnya menjadi pertimbangan dalam memberikan suaranya pada saat memilih.

Media memiliki kekuatan tersendiri dalam pemerintahan, sehingga dalam menyampaikan beritanya media tidak takut untuk membuat konten yang bersifat kontra pemerintah dan mengkritik kinerja dari pemerintah tersebut. Pada konsep *The Four Estate* menjelaskan tentang bagaimana posisi media dalam pemerintah yang sejajar dengan badan legislatif, eksekutif, yudikatif, dan hal ini terimplementasikan dalam media di Inggris yang memiliki kekuatan untuk mempengaruhi kebijakan luar negeri Inggris.

Kekuatan media di Inggris juga berasal dari beberapa *elite* politik yang merancang bahwa apapun berita yang disampaikan harus sesuai dengan tujuan dari *elite* politik tersebut yaitu dengan melakukan *agenda-setting*. Media massa membawa kepentingan dari pihak tertentu, melalui kontennya media menyusupkan kepentingan dari kelompok tertentu untuk menarik perhatian publik. Menggunakan serangan informasi yang sama secara bertubi, media berusaha untuk mempengaruhi sikap publik. Tidak jarang media digunakan oleh elite politik sebagai alat propaganda untuk kepentingan mereka. Oleh karenanya jika pemberitaan media sangat kontra bahkan mengkritik pemerintah, media tidak takut mengutarakannya karena media memiliki kekuatan dan posisi yang sama oleh badan legislatif, eksekutif, dan yudikatif, serta media memiliki pelindung yang kuat dari *elite* politik yang mendukungnya (Franco, 2021).

KESIMPULAN

Penelitian ini membahas secara detail mengenai peran dari media massa Inggris dan dukungan publik terhadap disintegrasi Inggris dari keanggotaan di Uni Eropa. Pada saat Inggris menjadi anggota Uni Eropa adanya ide untuk Inggris keluar dari keanggotaan Uni Eropa bukanlah merupakan ide yang baru. Pada tahun 1975, Inggris pernah menggelar referendum yang berkaitan dengan masa depan hubungannya dengan Uni Eropa. Disisi lain, karena perolehan suara masyarakat Inggris sebesar 67% menginginkan agar Inggris tetap berada dalam keanggotaan Uni Eropa, maka ide untuk menarik diri dari Uni Eropa gagal untuk terlaksana.

Berangkat dari rumusan masalah tulisan ini yaitu bagaimana media massa dapat mempengaruhi suatu dukungan publik terhadap disintegrasi Inggris dari keanggotaan di Uni Eropa, maka hasil temuan dari penelitian ini adalah media massa dan opini publik berhasil mempengaruhi kebijakan luar negeri Inggris terkait Brexit. Media massa memiliki kekuatan dalam mengambil perannya, karena media massa memiliki posisi yang sama dengan badan

legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Oleh sebab itu, dengan terbuktinya asumsi penelitian ini, maka dapat dikatakan bahwa landasan teoritik yang digunakan dalam penelitian ini memiliki validitas dalam menganalisis permasalahan penelitian ini.

REFERENSI

- Arnorsson, A. and Zoega, Gylf. 2016. "On the Causes of Brexit." *Birbeck Working Papers in Economics & Finance*, 7. <https://doi.org/https://eprints.bbk.ac.uk/id/eprint/16769>.
- Dangerfield, Martin, and Martin Dangerfield. 2018. "The Role of ' Letters to the Editor ' in Shaping Mass Media Representations of Brexit." *Journal of Studies in the Humanities and Social Sciences* 2 (1): 76–84. <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=902478>.
- Ebell, Monique, Ian Hurst, and James Warren. 2016. "Modelling the Long-Run Economic Impact of Leaving the European Union." *Economic Modelling* 59: 196–209. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2016.06.020>.
- Ed Gareth Poole, Richard Wyn Jones, Daniel Wincoot. 2020. "Analysing Vote Choice in a Multi-National State: National Identity and Territorial Differentiation in the 2016 Brexit Vote." <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/00343404.2020.1813883>.
- Eyitayo Francis Adanlawo, Hemduth Rugbeer. 2021. "Media and Democracy: Is Conventional Media Performing the Role of the Fourth Estate of the Realm?" *Journal of African Films & Diaspora Studies* 4 (2). <https://journals.co.za/doi/abs/10.31920/2516-2713/2021/4n2a2>.
- Fetzer, Thimo. 2019. "Did Austerity Cause Brexit," 1–22.
- Foos, Florian, and Daniel Bischof. 2022. "Tabloid Media Campaigns and Public Opinion: Quasi-Experimental Evidence on Euroscepticism in England." *American Political Science Review*. <https://doi.org/10.1017/S000305542100085X>.
- Franco, Zappettini. 2021. "The UK as Victim and Hero in the Sun's Coverage of the Brexit 'Humiliation.'" <https://cyberleninka.ru/article/n/the-uk-as-victim-and-hero-in-the-sun-s-coverage-of-the-brexit-humiliation>.
- Goodwin, Matthew, and Caitlin Milazzo. 2017. "Taking Back Control? Investigating the Role of Immigration in the 2016 Vote for Brexit." *British Journal of Politics and International Relations* 19 (3): 450–64. <https://doi.org/10.1177/1369148117710799>.
- Holsti, Kalevi. 2016. *Kalevi Holsti: A Pioneer in International Relations Theory, Foreign Policy Analysis, History of International Order, and Security Studies*. Springer International Publishing.
- Kakabadse, Andrew P., and Nada Kakabadse. 2022. "Strengthening the Democratic Project: Information as the Foundation of the Fourth Estate." *Journal of Political Science* 12 (2): 232–55. <https://doi.org/10.4236/ojps.2022.122015>.
- Khabaz, David. 2018. "Framing Brexit: The Role, and the Impact, of the National Newspapers

- on the EU Referendum.” *Newspaper Research Journal* Vol 39 (4): 496–508. <https://doi.org/10.1177/0739532918806871>.
- Kim, James J. 2004. “Reportes on the Battlefield: The Embedded Press System in Historical Context.” <https://www.jstor.org/stable/10.7249/mg200rc>.
- Lestari, Indah Sri. 2017. “Penarikan Diri Inggris Dari Uni Eropa Tahun 2016.” *Ejournal Ilmu Hubungan Internasional* 5 (3): 1034. <https://doi.org/ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id>.
- Maharta, Saviar Yullyan. 2017. “Mengapa Brexit? Faktor-Faktor Di Balik Penarikan Inggris Dari Keanggotaan Uni Eropa” 6: 1–14. <https://www.dw.com/id/kekuatan-militer-terbesar-2015/g-18251030>.
- Martins, Marta. 2021. “News Media Representation on EU Immigration before Brexit: The ‘Euro-Ripper’ Case.” *Humanities and Social Sciences Communications* 8 (1). <https://doi.org/10.1057/s41599-020-00687-5>.
- Mcneil, Andrew, and Charlotte Haberstroh. 2022. “Intergenerational Social Mobility and the Brexit Vote: How Social Origins and Destinations Divide Britain.” *European Journal of Political Research*, no. 1. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12526>.
- Michelle Cini, Nieves Perez-Solorzano. 2022. *European Union Politics*. Oxford University Press.
- Niininen, J. Graham Spickett-Jones dan Outi. 2022. *Brexit: Public Relation Campaign with Integrated Social Media That Changed Political World*. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/brexit>.
- Nur Wibi Pertiwi, Rahmatya. 2018. “Opini Publik Britania Raya Terkait Kebijakan Brexit Tahun 2016.” *Global & Policy* 6 (2): 170–87. <http://ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/jgp/article/view/1824>.
- Parnell, Tamsin. 2022. “‘Tinpot Revolutionary Agitation’: Framing Brexit-Related Demonstrations in the British Pro-Brexit Press.” *Journal of Common Market* 14 (1): 45–62. https://www.researchgate.net/profile/Tamsin-Parnell/publication/360680538_‘Tinpot_Revolutionary_Agitation’_Framing_Brexit-related_Demonstrations_in_the_British_Pro-Brexit_Press/links/6284f0a999fb8415a69a6657/Tinpot-Revolutionary-Agitation-Framing-Brexit-r.
- Reenen, John Van, David Cameron, Economic Performance, The British, Great Depression, As Lse, Stephen Machin, and Economic Performance. 2016. “The Aftermath of the Brexit Vote-the Verdict from a Derided Expert.” *Journal of British Politics and Policy*, 2–4. [http://eprints.lse.ac.uk/71762/1/blogs.lse.ac.uk-The aftermath of the Brexit vote the verdict from a derided expert.pdf](http://eprints.lse.ac.uk/71762/1/blogs.lse.ac.uk-The%20aftermath%20of%20the%20Brexit%20vote%20the%20verdict%20from%20a%20derided%20expert.pdf).
- Richa Shivakoti, Michael Howlett. 2022. “Agenda-Setting Tools in Theory and Practice.” <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003163954-12/agenda-setting-tools-theory-practice-richa-shivakoti-michael-howlett>.

- SD, Hardi Alunaza, and Virginia Sherin. 2018. "Pengaruh British Exit (Brexit) Terhadap Kebijakan Pemerintah Inggris Terkait Masalah Imigran." *Intermestic: Journal of International Studies* 2 (2): 160. <https://doi.org/10.24198/intermestic.v2n2.4>.
- Sotkasiira, Tiina, and Anna Gawlewicz. 2021. "The Politics of Embedding and the Right to Remain in Post-Brexit Britain" 21 (1). <https://doi.org/10.1177/1468796820913419>.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Vries, Catherine E. De. 2017. "Benchmarking Brexit: How the British Decision to Leave Shapes EU Public Opinion." *Journal of Common Market Studies* 55: 38–53. <https://doi.org/10.1111/jcms.12579>.
- Wheeler Alex, Hunt and Brian. 2017. "Brexit: All You Need to Know about the UK Leaving the UE." *BBC News*. <https://simonfremont.com/wp-content/uploads/2020/03/Brexit-All-you-need-to-know>.
- Yuriy Gorodnichenko, Tho Pham dan Oleksandr Talavera. 2018. "Social Media, Sentiment and Public Opinions: Evidence From #Brexit and #USElection." *European Economic Review, National Bureau of Economic Research* 136 (1). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2021.103772>.
- Zappettini, Franco. 2020. "The Tabloidization of the Brexit Campaign: Power to the (British) People?" *Journal of Language and Politics* 20: 1–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.1075/jlp.19103.zap>.