

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI OPINI PUBLIK BRITANIA RAYA TERKAIT KEBIJAKAN *BREXIT* TAHUN 2016

Rahmatya Nur Wibi Pertiwi

*Alumnus Program Studi Sarjana Hubungan Internasional
UPN "Veteran" Jawa Timur*

e-mail : rahmatya160397@gmail.com

ABSTRACT

Brexit is a historic phenomenon of Great Britain that wants its country out of the European Union through a referendum policy implemented on June 23, 2016. The results of the referendum Brexit resulted in the decision that the Great Britain must be out of the membership of European Union. The result is entirely left to the people of Great Britain. To analyze the Brexit policy, the use of domestic political level analysis is able to explain the role of domestic actors that influence foreign policy. One of the influential domestic actors in the Brexit policy is British public opinion. In producing Brexit policy, public opinion can't be separated from the influence that from within and abroad. It is analyzed using Two-level Games and the theory of decision-making abroad. Brexit dynamics that occurred in 2015-2016 is inseparable from the influence of the political parties of the United Kingdom through the group Vote Leave and Vote Remain. The effects are conveyed through campaign activities conducted directly and through social media. In addition, external factors also influence the public opinion of the United Kingdom about Brexit policy of Euroscepticism. The growing influence of Euroscepticism in the European region has had an impact on people's decisions at the time of the referendum. These influences can be seen from the final result of the referendum deciding to "Leave" or leave the EU membership.

Keywords: *Brexit, Euroscepticism, Public Opinion, Vote Leave, Vote Remain*

Brexit merupakan fenomena bersejarah Britania Raya yang menginginkan negaranya keluar dari Uni Eropa melalui kebijakan referendum yang dilaksanakan pada 23 Juni 2016. Hasil dari referendum Brexit menghasilkan keputusan bahwa Britania Raya harus keluar dari keanggotaan Uni Eropa. Hasil tersebut sepenuhnya diserahkan kepada masyarakat Britania Raya. Untuk menganalisis kebijakan Brexit tersebut, penggunaan peringkat analisis politik domestik mampu menjelaskan peran dari aktor-aktor dalam negeri yang mempengaruhi sebuah kebijakan luar negeri. Salah satu aktor dalam negeri yang berpengaruh dalam kebijakan Brexit adalah opini publik Britania Raya. Hal tersebut dianalisis menggunakan Two-level Games dan teori pembuatan keputusan luar negeri. Dinamika Brexit yang terjadi tahun 2015-2016 ini tidak terlepas dari adanya pengaruh dari partai politik Britania Raya melalui adanya kelompok Vote Leave dan Vote Remain. Pengaruh-pengaruh tersebut disampaikan melalui kegiatan kampanye yang dilaksanakan secara langsung dan melalui media sosial. Selain itu juga, faktor dari luar juga mempengaruhi opini publik Britania Raya tentang kebijakan Brexit yaitu Euroscepticism. Pengaruh Euroscepticism yang semakin berkembang di wilayah Eropa memberikan pengaruh terhadap keputusan masyarakat pada saat referendum. Pengaruh-pengaruh tersebut dapat terlihat dari hasil akhir referendum yang memutuskan untuk "Leave" atau keluar dari keanggotaan Uni Eropa.

Kata Kunci: *Brexit, Euroscepticism, Opini Publik, Vote Leave, Vote Remain*

Pendahuluan

Britain Exit (Brexit) merupakan fenomena bersejarah bagi masyarakat Britania Raya, yang menginginkan negaranya untuk keluar dari keanggotaan Uni Eropa melalui kebijakan referendum. Referendum ini bukan yang pertama kalinya dilaksanakan. Sebelumnya, Britania Raya pernah melaksanakan referendum yang sama di tahun 1975 dengan keputusan suara sebesar 67% yang menginginkan agar Britania Raya tetap bergabung di Uni Eropa (Lestari, 2017). Selang 2 tahun, sejak Britania Raya bergabung dengan Uni Eropa, akhirnya menimbulkan keraguan kembali. Sentimen-sentimen anti Uni Eropa masih ada di Britania Raya sehingga hal tersebut memunculkan opini publik yang mendorong pemerintah untuk melaksanakan kembali kebijakan referendum *Brexit* tersebut (Anon, tt).

Setelah 40 tahun bergabung dengan Uni Eropa, akhirnya tahun 2016 kebijakan referendum tersebut dilaksanakan kembali karna adanya dorongan dari opini publik Britania Raya. Pelaksanaan kebijakan referendum tersebut dipimpin oleh mantan Perdana Menteri Inggris, David Cameron sesuai dengan pernyataannya pada saat kampanye. Referendum tersebut dilaksanakan secara serentak di empat wilayah negara Britania Raya, yaitu Inggris, Irlandia Utara, Skotlandia dan Wales.

Gambar 1.1 Peta Wilayah Negara Britania Raya



Sumber: (Ariefyanto, 2013)

Dalam masa kampanye, David Cameron sebagai pemimpin partai konservatif mengangkat isu penyelenggaraan referendum terkait dengan keanggotaan Britania Raya di Uni Eropa. Referendum tersebut pada awalnya direncanakan akan dilaksanakan pada tahun 2017, namun akhirnya dilaksanakan pada tahun 2016, setelah diadakannya negosiasi terhadap hubungan Britania Raya dengan Uni Eropa di Brussel pada tanggal 18-19 April 2016. Keputusan referendum muncul dari pemungutan suara parlemen setelah perdebatan yang lama terkait RUU referendum tersebut. Dalam pemungutan suara ini anggota parlemen yang mendukung pembuatan RUU sebanyak 544 orang sedangkan yang menolak hanya sebanyak 53 orang (Munzilin, 2016).

Keputusan yang menentukan apakah Britania Raya menetap atau keluar dari keanggotaan Uni Eropa bukan bergantung pada keputusan para birokrat ataupun anggota parlemen yang berada di pemerintahan. Keputusan tersebut ditentukan oleh masyarakat Britania Raya yang secara keseluruhan akan menjadi penentunya. Hal ini menjelaskan bahwa referendum *Brexit* ini sangat penting bagi keputusan Britania Raya terkait keanggotaannya di Uni Eropa (Munzilin, 2016). Seperti kutipan berikut:

David Cameron shrugged off critics from within Conservative ranks who say the UK should leave the European Union, arguing the decision would not be made by politicians but was the “people’s choice”. Speaking in Wales shortly after former Tory leader Michael Howard said Britain should leave EU, Cameron said it was down to UK citizens to decide on the country’s future. The prime minister said: “Everyone is going to have to make their own decision. This is not a debate between politicians. It’s a debate for the whole of the country to get involved in and to make their decision. It’s a very simple question on the ballot paper. You either remain in the European Union or you leave the European Union. It’s a single decision, it’s a final decision (Morris, 2016).

Kebijakan referendum *Brexit* dianggap sesuai dengan prinsip demokrasi yang menyerahkan hak politik secara penuh kepada masyarakat Britania Raya, khususnya Inggris. Prinsip demokrasi tersebut yang akhirnya membawa isu referendum Britania Raya menjadi perdebatan di berbagai kalangan. Pasalnya, kebijakan untuk keluar dari keanggotaan Uni Eropa bukan hanya akan memberi dampak pada hubungan kedua belah pihak saja, melainkan juga akan mempengaruhi negara-negara lainnya dalam skala internasional, mengingat Britania Raya merupakan salah satu negara maju dunia sehingga memiliki peran yang sangat signifikan dalam tatanan sistem politik dan ekonomi internasional (Tidore, 2017).

Keinginan Britania Raya untuk keluar dari Uni Eropa sangat kuat dengan didasari oleh beberapa asumsi masyarakat yang merasa bahwa Uni Eropa telah melanggar kedaulatan negaranya dalam berbagai aspek, mulai dari kebijakan luar negeri, keamanan, hingga isu-isu internal seperti penentuan standar upah pekerja industri yang seharusnya menjadi kewenangan penuh pemerintah. Tidak hanya itu, prinsip yang diterapkan oleh Uni Eropa yaitu “*Free Movement Of People*” telah membawa banyak imigran datang ke Britania Raya. Berdasarkan hal tersebut, Uni Eropa dinilai telah melakukan intervensi dalam kebijakan yang diterapkan pemerintahan Britania Raya, dan dengan adanya kebijakan *Brexit* inilah, Britania Raya berharap bisa berdiri sendiri tanpa ada intervensi dari siapapun (Tidore, 2017).

Namun, di sisi lain juga sebagian masyarakat lainnya justru menginginkan Britania Raya untuk tetap menjadi anggota Uni Eropa. Sebagian masyarakat tersebut merasa bahwa dengan bergabungnya Britania Raya di Uni Eropa, akan meningkatkan perekonomian negara-negara di Britania Raya. Selain itu juga, Britania Raya dianggap aman apabila bersama dengan Uni Eropa dibanding berdiri sendiri (Tidore, 2017).

Referendum *Brexit* yang kedua ini tepatnya dilaksanakan pada tanggal 23 Juni 2016 dengan mempertanyakan “Apakah Britania Raya harus melanjutkan keanggotaannya di Uni Eropa atau tidak”. Referendum tersebut merupakan proses pemungutan suara yang dilaksanakan untuk mengambil suatu keputusan atau antara *Leave* atau *Remain*. Hasil dari referendum tersebut yang akan menjadi bahan pertimbangan pengambilan keputusan Britania Raya (Anon, tt).

Gambar 1.2 Hasil Referendum *Brexit* Tahun 2016



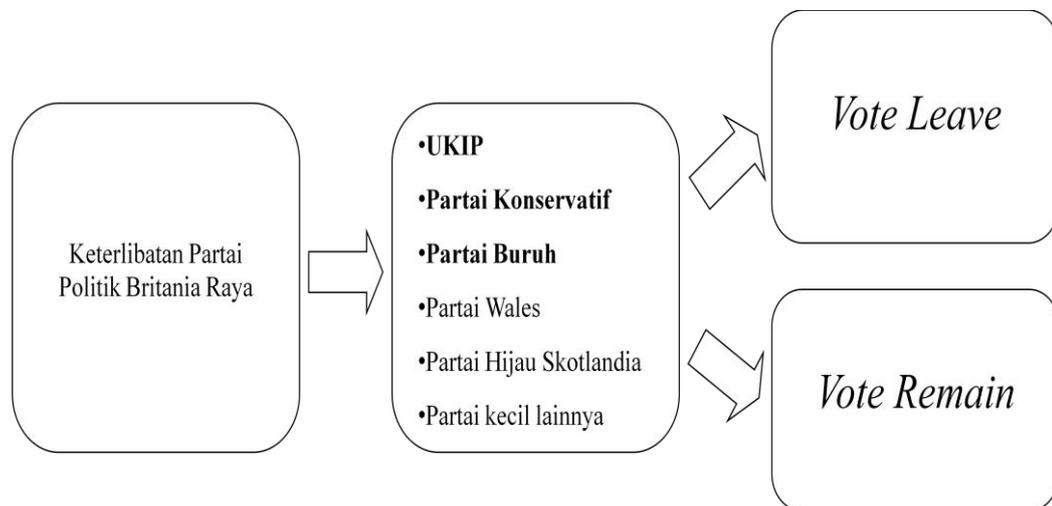
Sumber: (Heffer, 2016)

Pada 24 Juni 2016, referendum tersebut diputuskan dengan hasil sebanyak 48,1% (16.141.241) suara menjawab “tetap di Uni Eropa”, sedangkan sebanyak 51,9% (17.410.742) suara menjawab “keluar dari Uni Eropa”. Hasil referendum tersebut memutuskan bahwa Britania Raya keluar dari Uni Eropa (The Electoral Commission, 2016). Hasil referendum tersebut mau tidak mau diproses dan dilaksanakan oleh pemerintah karena sesuai dengan prinsip yaitu demokrasi yang menyerahkan hak politik kepada masyarakatnya.

Dalam menghasilkan kebijakan *Brexit* tersebut, opini publik tidak terlepas dari adanya faktor dari dalam negeri dan dari luar negeri. Hal tersebut dapat dianalisis menggunakan level analisis politik domestik dan diperjelas dengan konsep opini publik, two-level games dan teori pengambilan keputusan luar negeri. Faktor dari dalam yaitu adanya kelompok *Vote Leave* dan *Vote Remain* yang digagas oleh kumpulan partai politik dengan melakukan kampanye. Sedangkan faktor dari luar adalah adanya pengaruh *Euroscpticism* yang sudah mulai tersebar di wilayah Eropa.

Faktor Internal yang Mempengaruhi Opini Publik Britania Raya

1. Keterlibatan Partai Politik yang Membentuk Kelompok Kampanye



Setelah kebijakan referendum *Brexit* muncul, pemerintah pun mengizinkan adanya kelompok-kelompok kampanye yang menyuarakan perspektifnya terkait *Brexit*. Sebelum referendum dilaksanakan, tepatnya pada tanggal 23 Juni 2016 kelompok-kelompok kampanye tersebut telah dibentuk. Kelompok-kelompok tersebut adalah *Vote Leave* dan *Vote Remain*. Kelompok *Vote Leave* dan *Vote Remain* terbentuk oleh adanya koalisi antar partai besar di Britania Raya yaitu antara UKIP, Partai Konservatif dan Partai Buruh. Selain itu juga, kedua kelompok kampanye tersebut juga didukung oleh partai-partai kecil lainnya yang ada di Britania Raya sesuai dengan perspektif masing-masing partai tersebut (Azzahra, 2017).

Vote Leave merupakan kelompok kampanye resmi yang menyuarakan keluarnya Britania Raya dari keanggotaan Uni Eropa. Kelompok ini mengangkat kampanye dengan isu utama yaitu tentang imigrasi dan isu lainnya seperti isu perdagangan, kedaulatan, dan pertahanan Britania Raya. Para pendukung *Vote Leave* ini menganggap bahwa dengan tetap bergabungnya Britania Raya di Uni Eropa akan membahayakan Britania Raya. Keamanan Britania Raya akan terancam dengan adanya para imigran yang tidak terkontrol dan peraturan Uni Eropa juga akan menganggu kedaulatan negara di Britania Raya (Hobolt, 2016).

Kelompok *Vote Leave* didirikan pada tanggal 10 September 2015 oleh gabungan dari partai-partai besar dan kecil yang ada di Britania Raya dan diresmikan oleh *Electoral Commission*. Kelompok ini diketuai oleh Gisela Stuart yang berasal dari Partai Buruh (Parker, 2016). Sebagian besar kelompok ini didukung oleh *United Kingdom Independence Party* (UKIP) yang sangat keras mendukung Britania Raya keluar dari Uni Eropa. Selain itu, *Vote Leave* ini didukung juga oleh sebagian besar anggota Partai Konservatif, beberapa anggota Partai Buruh, dan beberapa dari partai-partai kecil Britania Raya (Mance, 2016).

Beberapa pihak dari anggota parlemen Partai Konservatif yang mendukung kelompok ini antara lain Michael Gove (Menteri Pertahanan) dan Boris Johnson (Walikota London). Selain itu juga, beberapa kabinet Cameron pada saat itu seperti John Whittingdale (Menteri Kebudayaan), Duncan Smith (Menteri Dalam

Negeri), Theresa Villiers (Menteri Irlandia Utara), Priti Patel (Menteri Ketenagakerjaan) dan Andrea Leadsom (Menteri Energi) juga ikut serta dalam kelompok *Vote Leave* ini (Azzahra, 2017).

Tidak hanya dari UKIP, Partai Konservatif, dan Partai Buruh saja yang mendukung *Vote Leave*, beberapa anggota *British Democratic Party, Britain First, British National Party (BNP), Liberal Party, Independence from Europe, Liberty GB, New Communist Party of Britain, Socialist Labour Party, Trade Unionist and Socialist Coalition* juga memilih untuk berada di kelompok ini. Beberapa kelompok lain juga ikut mendukung *Vote Leave*, antara lain *Grassroots Out, Labour Leave, Left Leave, Green Leaves* dan *Liberal Leave* (Azzahra, 2017).

Sedangkan *Vote Remain* adalah kelompok kampanye yang menyuarakan Britania Raya untuk tetap menjadi anggota Uni Eropa. Kelompok ini sama dengan *Vote Leave*, yaitu mengangkat isu kampanye tentang imigrasi, perdagangan, kedaulatan dan juga pertahanan di Britania Raya (Munzilin, 2016). Para pendukung kelompok *Vote Remain* ini menganggap bahwa Uni Eropa sebagai mitra ekspor dan impor ekonomi bagi Britania Raya, dan dengan tetap bergabungnya Britania Raya di Uni Eropa akan meningkatkan perekonomian negara-negara di Britania Raya, akan lebih aman dan lebih baik daripada berdiri sendiri (Hobolt, 2016). Kelompok ini mengakui bahwa Uni Eropa bukanlah organisasi supranasional yang sempurna, namun dengan keluarnya Britania Raya akan mengancam kedaulatan, keamanan dan juga menghilangkan pengaruh Britania Raya di dunia internasional (Azzahra, 2017).

Vote Remain didirikan pada tanggal 12 Oktober 2015 dan diresmikan oleh *Electoral Commission* sebagai kelompok kampanye resmi. *Vote Remain* diketuai oleh seorang pebisnis yaitu Lord Stuart Rose dan dijalankan oleh Will Straw. Kelompok ini didukung oleh beberapa aktor penting yaitu David Cameron, pemerintah Skotlandia, pemerintah Wales dan pemerintah Gibraltar (Wright, 2017).

Tidak berbeda dengan kelompok *Vote Leave*, kelompok *Vote Remain* juga didukung oleh beberapa anggota Partai Konservatif, Partai Buruh dengan pemimpinnya yaitu Jeremy Corbyn, Partai Hijau Inggris dan Wales, Partai Liberal Demokrat, Partai Wales dan Partai Hijau Skotlandia. Para anggota kabinet juga ikut mendukung kelompok ini seperti Sajid Javid (Menteri Ekonomi), Phillip Hammond (Menteri Luar Negeri), dan Nicky Morgan (Menteri Pendidikan). Selain itu, kelompok lain seperti *Academics for Europe, Business for New Europe, Cambridge for Europe, Conservative In, Labour In for Britain, Universities for Europe* dan masih banyak lagi juga ikut mendukung kelompok ini (Azzahra, 2017).

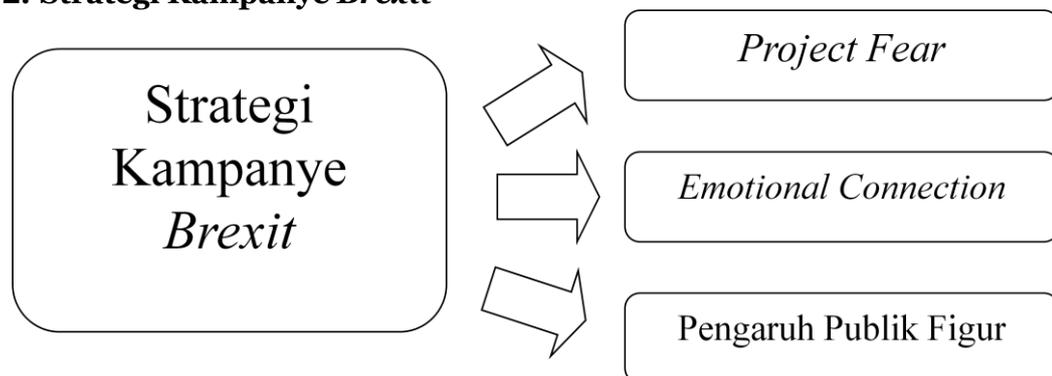
Perdebatan Isu Kampanye *Vote Leave* dan *Vote Remain*

	<i>Leave</i>	<i>Remain</i>
Imigrasi	Britania Raya tidak akan pernah bisa mengontrol banyaknya imigran kecuali dengan keluar dari keanggotaan Uni Eropa	Dengan keluarnya Britania raya dari Uni Eropa permasalahan mengenai imigrasi justru tidak akan selesai

Perdagangan	Hubungan perdagangan dengan negara-negara di Uni Eropa membatasi Britania Raya dalam memperluas hubungan perdagangannya	Terbukti 44 persen ekspor Britania Raya ditujukan untuk negara-negara anggota Uni Eropa
Kedaulatan	Parlemen Britania Raya telah kehilangan kedaulatan dengan adanya keinginan Uni Eropa untuk memperluas area kerja sama	Dalam dunia globalisasi, setiap negara wajib melakukan kerja sama untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi
Pertahanan	Fakta bahwa Britania Raya yang diharapkan berkontribusi dalam pembentukan militer Uni Eropa akan mengikis kekuatan militer Britania Raya itu sendiri	Negara di Uni Eropa harus saling kerja sama dalam menghadapi ancaman yang datang dari ISIS dan kekuatan Rusia
Segi Hukum	Terlalu banyak hukum Britania Raya yang merupakan hasil dari luar negeri dan mengacu pada kendali dari Brussel	<i>Leave</i> terlalu berlebihan terkait dengan hukum yang dibuat oleh <i>European Commission</i>

Sumber: (Munzilin, 2016)

2. Strategi Kampanye *Brexit*



Pada awal masa kampanye sikap masyarakat terhadap Uni Eropa jauh lebih lunak dibandingkan suara dalam referendum. Banyak hal yang mungkin terjadi saat kampanye *Vote Leave* dan *Vote Remain* berlangsung, dan besar kemungkinan berimplikasi pada perubahan sikap masyarakat terhadap Uni Eropa. Dalam melaksanakan kampanyenya untuk mempengaruhi opini publik Britania Raya, *Vote Leave* dan *Vote Remain* menggunakan strategi kampanye yaitu *Project Fear*, *Emotional Connection* dan Pengaruh dari Publik Figur. Strategi tersebut menjadi senjata berharga bagi kedua kelompok tersebut dalam menentukan keputusan masyarakat pada saat referendum (Munzilin, 2016).

Project Fear merupakan julukan terhadap kampanye yang direalisasikan pada masa kampanye referendum Britania Raya dan Skotlandia. Kampanye ini ditujukan agar Skotlandia tidak meninggalkan Britania Raya, termasuk peringatan dari Georg Osborne, yang diperkuat oleh Ed Balls dari Partai Buruh dan Danny Alexander dari Partai Liberal Demokrat bahwa Skotlandia tidak bisa

mengandalkan kesepakatan serikat mata uang jika memilih untuk merdeka (Mcsmith, 2016).

Pada kasus *Brexit*, *Project Fear* adalah strategi yang dianggap strategis dan sering digunakan oleh kedua kelompok kampanye *Brexit* yaitu *Vote Leave* dan *Vote Remain*. Kedua kampanye mengklaim satu sama lain sedang menjalankan *Project Fear*, sementara masing-masing dari kelompok tersebut selalu menggunakan bahasa yang hiperbola hingga akhir kampanye. Alasan yang melatar belakangi kemenangan *Project Fear* yang diusung oleh kelompok *Leave* adalah karena kelompok tersebut menggambarkan kampanyenya dengan bahasa yang familiar pada masyarakat umum, sehingga mampu memasuki ruang asumsi pribadi masyarakat (Munzilin, 2016).

Sasaran utama kampanye *Remain* yaitu tentang dampak ekonomi, yang mendapat klaim bahwa terlalu jauh dari keseharian masyarakat pada umumnya. Menurut Ipsos Mori, salah satu lembaga riset terkemuka di Inggris menyatakan bahwa topik yang diangkat oleh *Leave* yaitu tentang imigrasi jauh lebih banyak mempengaruhi masyarakat dibandingkan dengan topik ekonomi yang menjadi fokus kelompok *Remain*. Peningkatan drastis tentang sentimen anti imigrasi menjadi tantangan besar bagi *Remain* (Fashori, 2016).

Sedangkan kelompok *Remain* mendasarkan seluruh kampanye pada asumsi bahwa kalah atau menang dalam referendum akan berimplikasi pada ekonomi. *Remain* percaya kepada masyarakat Britania Raya yang akan menyadari bahwa pekerjaan, keamanan dan kemakmurannya akan berada dalam garis aman, apabila Britania Raya tetap bergabung menjadi anggota Uni Eropa. Namun *Vote Remain* meremehkan faktor emosional masyarakat terhadap kedaulatan Britania Raya, sehingga salah dalam memperhitungkannya. Kelompok *Leave* bermain secara cerdas dalam kampanye dengan cara memanfaatkan keresahan masyarakat terhadap Uni Eropa. Dengan slogannya yaitu “*Take Back Control*”, *Leave* terbukti mampu mengeluarkan perasaan patriotisme dalam masyarakat Britania Raya (Beattie, 2016).

Isu imigran menjadi isu yang penting bagi *Leave* dalam menjalankan strategi kampanye ini. Melalui persuasi mendalam bagi masyarakat bahwa semakin banyak jumlah imigran yang datang ke Britania Raya, maka semakin banyak pula lapangan pekerjaan masyarakat asli Britania Raya yang hilang. Pada akhirnya hal tersebut menjadikan korelasi antara imigran dan penurunan pendapatan masyarakat Britania Raya yang berdampak pada ketakutan berlebihan bagi masyarakat terhadap datangnya imigran, sehingga menjadi perdebatan publik dan kemudian mempengaruhi sikap masyarakat untuk meninggalkan Uni Eropa (Arnorsson, 2016).

Strategi kampanye yang kedua adalah *emotional connection* yang hanya digunakan oleh kelompok *Vote Leave* karena kampanye *Vote Remain* hanya mengandalkan pada fakta-fakta yang ada. Pasca referendum dilaksanakan, Aaron Banks yaitu salah satu milioner Britania Raya dan sekaligus salah satu anggota *Vote Leave* mengemukakan pernyataan bahwa kelompok *Leave* mendapatkan pengaruh besar dari Donald Trump dalam pembuatan strategi kampanye pada masa referendum *Brexit* (Worley, 2016).

“It was taking an American-style media approach, What they (Political strategists Goddard Gunster) said early on was ‘facts

don't work' and that's it. The remain campaign featured fact, fact, fact, fact, fact. It just doesn't work. You have got to connect with people emotionally. It's the Trump success" (Worley, 2016).

Kunci kemenangan utama bagi kelompok *Vote Leave* adalah menjalin hubungan emosional dengan masyarakat pemilih. Hubungan emosional yang diciptakan oleh kelompok ini diterima secara luas dalam masyarakat umum Britania Raya terutama dalam isu imigrasi. Hubungan emosional tersebut tersampaikan dengan baik pada masyarakat umum, khususnya masyarakat kelas menengah ke bawah, purnakaryawan, masyarakat usia 60 tahun ke atas, dan masyarakat berpendidikan rendah. Sementara bagi masyarakat perkotaan dan masyarakat dengan pendidikan yang tinggi, pendekatan kelompok ini tidak berjalan secara maksimal sebagaimana bagi kelas-kelas masyarakat sebelumnya (Munzilin, 2016).

"Vote Leave happily ignored the facts and distorted the figures. Voters didnt believe us when we told them that we had calculated that leaving the EU would make the average household some £4.300 worse of. But Leave's argument that Britain was 'sending' £350 million a week to Brussels was believed" (Korski, 2016).

Kutipan tersebut disampaikan oleh Daniel Korski yaitu wakil ketua dari unit kebijakan pemerintahan pada masa David Cameron. Hal tersebut menjadi bukti keberhasilan dari strategi *emotional connection* yang diterapkan oleh kelompok *Leave* dalam masa kampanye. Dan hal tersebut juga menjelaskan bahwa masyarakat Britania Raya lebih mementingkan emosionalnya daripada fakta yang ada (Korski, 2016).

Selanjutnya, strategi ketiga adalah pengaruh dari publik figur. Publik figur dalam *Brexit* ini antara lain Nigel Farage (Ketua UKIP), Boris Johnson (Partai Konservatif), Michael Gove (Partai Konservatif), David Cameron (Mantan Perdana Menteri Inggris), Jeremy Corbyn (Partai Buruh) dan Sadiq Khan (Walikota London). Figur dari kelompok *Leave* yaitu Boris Johnson dan Michael Gove merupakan member dari kabinet David Cameron yang menunjukkan pengaruh bagi kampanye *Brexit*. Boris Johnson menyuarakan perspektifnya dengan cara turun langsung ke dalam masyarakat dengan menggunakan bus *Vote Leave* dan mengelilingi kota-kota yang ada di Inggris. Sementara Michael Gove memerankan posisinya sebagai figur yang mewakili kelompok *Leave* dalam acara TV untuk mempromosikan *Brexit* (BBC, 2016).

Boris Johnson sendiri merupakan tokoh *Brexit* yang sangat dominan. Pada saat kampanye Boris Johnson melontarkan berbagai pernyataan sesuai dengan perspektifnya terkait *Brexit*. Boris menyatakan bahwa, *"Napoleon, Hitler, various people tried this out, and it ends tragically. The EU is an attempt to do this by different methods"*. Kemudian beberapa hari kemudian Boris juga menyatakan, *"It was time for UK to break away from the failing and dysfunctional EU system"* (Calamur, 2016).

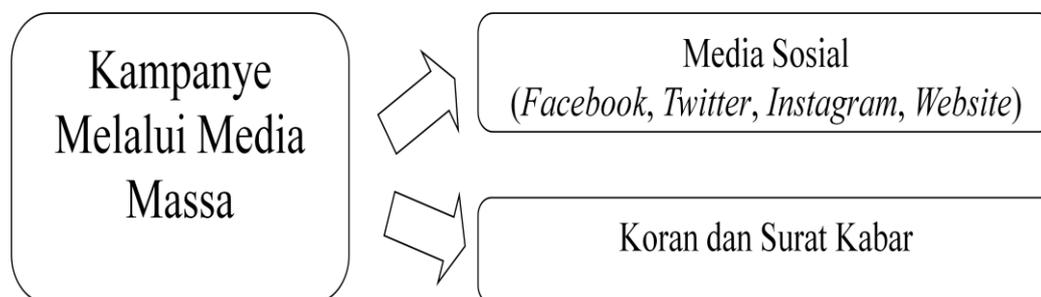
Tidak hanya dua figur tersebut yang memiliki pengaruh terhadap *Brexit*, Nigel Farage, pemimpin UKIP pun juga ikut andil dalam *Brexit*. Nigel memainkan peranan penting dalam memotivasi masyarakat pendukung partainya untuk

memilih *Leave*. Dengan hasil yang diadakan oleh YouGov yang menunjukkan bahwa semua partai di Britania Raya terpecah ketika menghadapi referendum *Brexit*, kecuali UKIP. Sekitar 97 persen dari pendukung UKIP menyatakan akan memilih Britania Raya untuk meninggalkan Uni Eropa dalam referendum (Munzilin, 2016).

Pada kelompok *Leave*, masyarakat cenderung akan mendengarkan apapun instruksi yang berasal dari pemimpinnya. Meskipun secara fakta tidak akurat, akan tetapi banyak masyarakat yang lebih mempercayai perkataan para pemimpinnya. Masyarakat umum lebih mempercayai sosok yang dikenal daripada mempercayai sebuah institusi yang tidak dikenal. Sekitar 46 persen masyarakat umum tidak menganggap adanya ancaman yang akan didapatkan apabila memilih *Brexit* (Farshori, 2016).

Di sisi lain, terdapat publik figur penting lainnya yang mendukung *Remain* yaitu David Cameron, Jeremy Corbyn dan Sadiq Khan. Namun, suatu hal yang krusial bahwa masyarakat tidak lagi melihat sosok pemimpin dalam diri David Cameron. Sebagian besar masyarakat umum menilai bahwa David Cameron telah berpaling dari ketetapanannya. Pada awalnya, David Cameron dengan sangat yakin menggagas pengadaan referendum, namun pada pelaksanaannya justru lebih mendukung untuk tetap berada di Uni Eropa (Farshori, 2016). Meskipun begitu, David Cameron tetap memiliki banyak pendukung dan terus melakukan kampanye yang menyuarakan Britania Raya untuk tetap di Uni Eropa bersama dengan Jeremy Corbyn dan Sadiq Khan.

3. Kampanye Brexit Melalui Media Massa



Media massa dianggap sebagai sarana efektif untuk kampanye menjelang referendum *Brexit* dilaksanakan, salah satunya adalah media sosial seperti *Facebook*, *Twitter* dan *Instagram*. Kelompok *Vote Leave* dan *Vote Remain* sama-sama menggunakan media sosial untuk menarik perhatian publik yang nantinya akan memilih. Media sosial menjadi pilihan utama untuk melakukan kampanye karena dua hal, pertama karena bisa menghemat biaya dibandingkan dengan menggunakan media konvensional seperti spanduk, poster atau memasang iklan di koran dan televisi. Kedua karena media sosial mudah untuk digunakan dan dapat menjangkau banyak orang dengan waktu yang cepat (Pudyanti, tt).

Menurut data, sebanyak 59 persen masyarakat Britania Raya memiliki media sosial dan 32 juta jiwa mengaksesnya menggunakan *smart phone*, sehingga kemudahan dalam penggunaan media sosial dimanfaatkan untuk kepentingan politik (Fleiscman, 2015). Selain karena kemudahannya, media sosial juga digunakan sebagai ajang para politisi untuk menunjukkan siapa yang terbaik. Melalui media sosial juga para politisi tersebut dapat melakukan berinteraksi

dengan masyarakat dalam menyampaikan gagasannya dan mempengaruhi pemilih secara lebih personal. Media sosial ini menjadi sarana nomor satu sebagai sumber informasi (politik) di Britania Raya, terutama menjelang referendum *Brexit* dengan perkiraan sebanyak 38 juta akun media sosial yang aktif (Vickers, 2016).

Dalam menjalankan kampanye melalui media sosial, *Vote Leave* dan *Vote Remain* memiliki strategi masing-masing yang berbeda satu sama lain. *Leave* menggunakan emosi dan perasaan dalam kampanyenya yang akan membuat publik tersentuh dengan ide untuk meninggalkan Uni Eropa. *Tag line* utama yang digunakan adalah *Vote Leave* dengan penggunaan tanda pagar menjadi #VoteLeave. Sedangkan *Remain*, melakukan kampanye tidak menggunakan perasaan namun hanya dengan menunjukkan fakta dan data yang akurat apa saja keuntungan Britania Raya jika masih bertahan di Uni Eropa dan apa saja kerugiannya apabila meninggalkan Uni Eropa. Kelompok *Remain* ini menggunakan *Britain Stronger In* dengan menggunakan tanda pagar menjadi #StrongerIn (Cram, 2015).

Twitter menjadi media sosial favorit dalam kampanye karena kemudahan dengan penggunaan tanda pagar atau *trending topic* membuat informasi lebih terbuka dan publik bisa langsung mengikuti percakapan di media tersebut. Sedangkan *Facebook*, lebih digunakan untuk menyebarkan artikel dan tulisan yang panjang. Media Sosial *Instagram* juga digunakan dalam kampanye ini dengan memposting foto ataupun gambar. Kegiatan di media sosial yang dilakukan masyarakat untuk keperluan pribadi akhirnya menjadi kegiatan politis. *Share, like, komentar* yang dilakukan oleh masyarakat dalam media sosial menjadi suatu gerakan sosial yang bisa mempengaruhi pemikiran orang lain dalam memilih pada saat referendum (Pudyanti, tt).

Selain menggunakan media sosial, *Leave* dan *Remain* juga memanfaatkan media massa lainnya seperti koran atau surat kabar (*The Telegraph* dan *The Guardian*), *website* dan stasiun televisi yang bisa diakses melalui internet ataupun portal berita *online* seperti BBC. Media dengan berita dan artikel yang disampaikan pada publik domestik Britania Raya dan internasional mengenai *Brexit* memberikan dampak terhadap cara pandang seseorang terhadap fenomena tersebut dan juga akan menjadi pertimbangan dalam memberikan suara. Walaupun media massa tidak secara terang-terangan berpihak pada salah satu kelompok, namun tidak jarang dari apa yang disampaikan tersirat pesan lainnya bagi publik (Pudyanti, tt).

Dalam tiga bulan pertama masa kampanye *Brexit*, media di Britania Raya cenderung mendukung *Leave* dan hal tersebut berdampak pada media lainnya di tingkat internasional. Terdapat sekitar 1558 artikel yang membahas isu referendum *Brexit* dengan rata-rata 52 artikel dalam satu hari. Sebanyak 41 persen mendukung keluar dari Uni Eropa dan 27 persen yang mendukung untuk bertahan, sedangkan yang netral sebanyak 32 persen, dengan rincian 23 persen antara mendukung keluar dan bertahan dan 9 persen tidak mengambil posisi.

Terdapat beberapa media massa yang berpihak terhadap *Leave* dan juga *Remain*. Keberpihakan pada *Leave* pertama adalah *The Daily Express*, sebanyak 75 persen dari keseluruhan artikelnya membahas soal referendum dan hanya 15 persen dari itu yang mendukung *Remain*. Kedua adalah *The Daily Mail* yang membahas artikel tentang *pro-Brexit* sebanyak 61 persen, *pro-Remain* sebanyak

14 persen dan sisanya netral. Selain itu *The Daily Star*, *The Telegraph* dan *The Sun* juga lebih berpihak pada *pro-Brexit* (Levy, 2016).

Di sisi lain, terdapat juga media yang mendukung *Remain* seperti *The Guardian*, *The Daily Mirror* dan *The FT (Financial Times)*. Sedangkan media, yang dianggap netral dan tidak berpihak dalam publikasinya adalah *The Times*. Dalam membahas isu *Brexit*, *The FT* dan *The Times* cenderung membahas permasalahan ekonomi, sedangkan permasalahan mengenai migrasi, kedaulatan dan keamanan yang menjadi fokus utama kampanye *Leave*, banyak dibahas oleh *The Daily Express*, *The Daily Star* dan *The Daily Mail* (Levy, 2016).

Dinamika Politik Domestik Britania Raya terkait Brexit

Hasil referendum *Brexit* yang dilaksanakan pada tanggal 23 Juni 2016, menghasilkan keputusan *Leave* yang berarti Britania Raya keluar dari Uni Eropa. Pemilihan keputusan antara *Leave* dan *Remain* sepenuhnya ditentukan oleh masyarakat Britania Raya karena sesuai dengan sistem pemerintahannya yang demokrasi. Keputusan masyarakat dalam memilih tersebut termasuk dalam opini publik. Hasil dari referendum yang telah dilaksanakan tersebut mau tidak mau diproses oleh pemerintah Britania Raya. Hal tersebut menjelaskan bahwa, suara masyarakat atau opini publik dapat mempengaruhi kebijakan luar negeri suatu negara secara signifikan.

Dalam menghasilkan keputusan *Brexit* tersebut, opini publik Britania Raya tidak terlepas dari pengaruh domestik. Pengaruh domestik tersebut berasal dari gabungan partai-partai yang ada di Britania Raya seperti Partai Konservatif, Partai Buruh, UKIP dan masih banyak lagi. Partai-partai tersebut mempengaruhi publik dengan cara membentuk kelompok yang kemudian disahkan oleh *Electoral Commission* dan melakukan kampanye baik dengan cara kampanye langsung ataupun melalui media sosial. Dari adanya kampanye tersebut, akhirnya opini masyarakat pun terbentuk dan berpengaruh pada hasil referendum yang menunjukkan bahwa *Leave* lebih unggul dari *Remain*, walaupun hanya dengan perbandingan yang tipis.

Hal tersebut juga menjelaskan bahwa, pengambilan keputusan kebijakan luar negeri Britania Raya juga dilihat dari dinamika politik domestiknya. Dengan terlaksananya referendum dan adanya kampanye terkait dengan *Brexit* juga merupakan bentuk upaya pemerintah untuk mewujudkan keinginan domestik demi mengurangi tekanan yang ada dari dalam negeri. Pada dasarnya, kebijakan *Brexit* bukan semata-mata keinginan pribadi dari para pemimpin negaranya, namun hal tersebut merupakan hasil pertimbangan dari politik domestiknya.

Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Opini Publik Britania Raya



Adanya dorongan yang dilakukan opini publik Britania Raya terhadap pemerintah untuk melaksanakan kebijakan *Brexit* bukan hanya dipengaruhi oleh adanya keterlibatan partai politik yang ada di Britania Raya saja. Dengan kata

lain, opini publik tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal, tetapi faktor eksternal juga mempengaruhi opini publik dalam menghasilkan kebijakan *Brexit*. Faktor eksternal yang mempengaruhi opini publik Britania Raya adalah *Euroscepticism*.

Kebangkitan *Eurosceptic* di tengah-tengah masyarakat Britania Raya menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi hasil referendum *Brexit* tahun 2016. Meluasnya pemahaman skeptis dalam masyarakat Britania Raya terhadap Uni Eropa kemudian berdampak pada sikap masyarakat dalam menentukan pilihannya dalam referendum. Dengan bertambahnya masyarakat *Eurosceptic* di Britania Raya, maka bertambah pula pemilih referendum yang memilih Britania Raya untuk keluar dari Uni Eropa (Munzilin, 2016).

Hasil referendum *Brexit* tahun 2016 merefleksikan keberhasilan kelompok *Eurosceptic* dalam mempengaruhi masyarakat melalui latar belakangnya. Dalam referendum ini, kelompok *Eurosceptic* memfokuskan sasaran pada beberapa kelas tertentu. Fokus utamanya meliputi masyarakat kelas menengah ke bawah seperti purnakaryawan, masyarakat buruh, masyarakat dengan usia 60 ke atas, serta masyarakat dengan pendidikan rendah. Sikap dari masyarakat terhadap keanggotaan Britania Raya di Uni Eropa dan umur masyarakat merupakan dua faktor yang memiliki korelasi kuat dan saling mempengaruhi satu sama lain. Masyarakat usia di bawah 25 tahun akan lebih cenderung memilih Britania Raya agar tetap menjadi anggota Uni Eropa, sedangkan masyarakat dengan usia 60 tahun akan lebih cenderung untuk memilih sebaliknya (Wells, 2015).

Selain faktor usia, sikap masyarakat Britania Raya juga banyak dipengaruhi oleh faktor lainnya, seperti faktor ekonomi yang menjadi faktor penting dalam menentukan hasil referendum. Adanya perasaan takut terhadap keberadaan imigran yang akan mengganggu penghasilan masyarakat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi sikap masyarakat dalam menentukan pilihan. Hal ini tidak terbatas pada faktor usia dan latar belakang ekonomi, faktor pendidikan pun juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi sikap masyarakat ketika referendum dilaksanakan (Munzilin, 2016).

Salah satu kelompok *Eurosceptic* Britania Raya yang secara jelas mempengaruhi masyarakat adalah *The United Kingdom Independence Party* (UKIP). Partai ini mempengaruhi masyarakat Britania Raya dengan cara melakukan kampanye. Seperti yang diketahui bahwa UKIP adalah Partai *Euroscepticism* yang sangat menginginkan Britania Raya untuk keluar dari keanggotaan Uni Eropa. Sejak awal pembentukannya, partai ini sangat sering melakukan kampanye dengan tujuan mempengaruhi masyarakat agar memilih Britania Raya untuk keluar dari keanggotaan Uni Eropa. UKIP berhasil memanfaatkan momentum dalam membangun isu sentral yang tepat sehingga sangat mempengaruhi perkembangan UKIP dalam pemilihan di Britania Raya. Banyak masyarakat Britania Raya yang mulai mempercayakan suaranya terhadap UKIP (Qolbi, 2017).

Dengan melakukan kampanye *Brexit* dengan mendorong Britania Raya keluar dari Uni Eropa dan mengurangi tingkat imigrasi di negaranya telah membuktikan bahwa kampanye yang dilakukan oleh UKIP berhasil dalam mempengaruhi perilaku pemilih, sehingga dalam beberapa pemilihan di Britania Raya baik lokal ataupun nasional, suara UKIP mengalami peningkatan bahkan secara tidak terduga dapat mengalahkan suara partai besar yang ada di Britania

Raya. Hal tersebut menunjukkan bahwa, ideologi UKIP yaitu *Euroscepticism* telah berhasil mempengaruhi perilaku masyarakat untuk memilih UKIP (Qolbi, 2017).

UKIP memiliki peran yang besar dalam kemenangan kelompok *Eurosceptic* pada referendum *Brexit*. Pada 3 Mei 2013, UKIP berhasil memenangkan seperempat dari jumlah total suara, dan menempati posisi ketiga dari seluruh partai setelah Partai Buruh dan Konservatif. Walaupun belum mampu mengalahkan suara dari dua partai tersebut, pencapaian yang didapatkan UKIP menjadi sejarah yang besar dalam perpolitikan Britania Raya. Dengan mengusung *Euroscepticism* yang menggagas Britania Raya keluar dari Uni Eropa dalam pemilihan lokal di Britania Raya, UKIP menjadi oposisi tunggal terhadap partai besar di Britania Raya (Burns, 2013).

Tidak hanya itu, bahkan UKIP pertama kalinya berhasil memenangkan pemilihan umum nasional Britania Raya tahun 2014 dan berhasil mengalahkan Partai Buruh dan Konservatif. Dengan slogannya yaitu “membawa Britania Raya keluar dari Uni Eropa” dan diketuai oleh Nigel Farage, UKIP berhasil juga berhasil memenangkan pemilihan umum untuk Parlemen Eropa tahun 2014. Hal tersebut menjadi kemenangan pertama Partai *Eurosceptic* dengan mengalahkan dua partai besar Britania Raya (Wintour, 2014).

Kemenangan-kemenangan UKIP tersebut menjelaskan bahwa partai tersebut telah mendapatkan banyak dukungan dari masyarakat Britania Raya setelah mengusung isu *Eurosceptic*. Kemenangan tersebut menjadi modal besar bagi UKIP dalam memperjuangkan kelompok *Eurosceptic* pada referendum *Brexit* tahun 2016. Selain itu juga, Nigel Farage pun memegang peranan penting dalam kampanye untuk memperjuangkan *Brexit*. Hal tersebut berdampak pada masyarakat yang memiliki keterikatan secara psikologi terhadap UKIP untuk memilih Britania Raya keluar dari Uni Eropa pada saat referendum (Kirk, 2016).

Pada dasarnya, kebijakan *Brexit* juga tidak terlepas dari pengaruh dari luar atau pengaruh internasional yaitu *Euroscepticism*. Penyebaran *Euroscepticism* di Uni Eropa memberikan pengaruh signifikan terhadap opini publik Britania Raya, terlihat dari hasil pemilihan masyarakat terhadap UKIP pada pemilihan di Britania Raya dan Parlemen Eropa. Pengaruh tersebut akhirnya juga mempengaruhi keputusan suara masyarakat Britania Raya pada saat terlaksananya referendum.

Adanya rasa tidak percaya masyarakat terhadap Uni Eropa, ditambah dengan kemunduran Uni Eropa menyebabkan *Euroscepticism* menyebar. Selain itu juga, kebijakan-kebijakan Uni Eropa yang dianggap menghilangkan kedaulatan juga menjadi penyebab *Eurosceptic* berkembang di kalangan masyarakat Uni Eropa. Penyebaran *Eurosceptic* ini terbukti dengan adanya partai dengan ideologi *Euroscepticism* yang mulai menyebar di hampir seluruh negara anggota Uni Eropa.

Hal tersebut menjelaskan bahwa kebijakan *Brexit* muncul karena melihat kondisi internasional. Semakin berkembangnya *Eurosceptic* maka opini publik cenderung akan terpengaruh oleh hal tersebut. Pemerintah Britania Raya pun tidak dapat mengabaikan hal tersebut, di satu sisi terikat dengan Uni Eropa dan negara-negara anggota, namun di sisi lain Britania Raya juga harus memainkan peran sebagai negara yang berdaulat.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Referendum *Brexit* tahun 2016 yang mempertanyakan status Britania Raya apakah harus bertahan di Uni Eropa atau keluar dari keanggotaan Uni Eropa telah mengeluarkan hasil dan keputusan. Hasil dari referendum tersebut adalah sebagian besar masyarakat memilih Britania Raya untuk keluar dari keanggotaan Uni Eropa. Hasil yang telah ada tersebut mau tidak mau harus diproses oleh pemerintah Britania Raya sesuai dengan peraturan yang telah ada bahwa hasil keputusan kebijakan *Brexit* ditentukan oleh suara masyarakat. Suara masyarakat ini termasuk opini publik. Dalam menghasilkan kebijakan *Brexit*, opini publik Britania Raya tidak terlepas dari adanya faktor-faktor yang mempengaruhi.

Melalui analisis dan olah data pada bab-bab sebelumnya, faktor yang mempengaruhi opini publik Britania Raya berasal dari dalam dan luar. Peneliti menduga faktor dari dalam yang mempengaruhi adalah dinamika politik domestik yang ada di Britania Raya. Hal tersebut terbukti dengan adanya pengaruh dari partai-partai politik yang ada di Britania Raya seperti Partai Konservatif, UKIP, Partai Buruh dan partai-partai lainnya. Partai-partai tersebut bergabung dan berkoalisi untuk membentuk kelompok kampanye yaitu *Vote Leave* dan *Vote Remain* yang secara sah juga di resmikan oleh Electoral Commission. Cara yang digunakan untuk mempengaruhi publik yaitu melalui kampanye baik secara langsung ataupun melalui sosial media.

Kampanye yang dilaksanakan oleh dua kelompok dengan perbedaan perspektif tersebut mempengaruhi cara pandang masyarakat yang akhirnya berpengaruh terhadap pilihan pada saat referendum. Cara kampanye yang dilakukan oleh *Vote Leave* dan *Vote Remain* pun berbeda. *Vote Leave* lebih mengutamakan perasaan atau emosional masyarakat Britania Raya bagaimana dampak buruk jika Britania Raya tetap menjadi anggota Uni Eropa. Sebaliknya *Vote Remain* lebih mengandalkan kampanye berdasarkan dengan fakta-fakta yang telah ada bahwa dengan bergabungnya Britania Raya di Uni Eropa akan memajukan dan mensejahterakan Britania Raya. Selain itu juga, argumen-argumen yang diucapkan oleh tokoh-tokoh politik juga mempengaruhi masyarakat karena masyarakat cenderung mendengarkan seorang *public figur*. Berdasarkan hal tersebut, opini publik dapat menghasilkan kebijakan *Brexit* karena adanya dinamika politik dalam negeri dan dorongan dari publik terhadap pemerintah Britania Raya untuk segera memproses keluarnya Britania Raya dari Uni Eropa.

Selain itu, faktor yang mempengaruhi opini publik Britania Raya dalam menghasilkan kebijakan *Brexit* berasal dari luar. Faktor dari luar yang mempengaruhi tersebut adalah *Euroscepticism*. Dengan berkembangnya *Euroscepticism* di Uni Eropa tersebut mempengaruhi suara masyarakat Britania Raya pada saat referendum. *Euroscepticism* dapat berkembang pada masyarakat melalui media massa dan juga kelompok elit politik dalam negeri.

Peneliti menduga bahwa dalam kasus *Brexit*, opini publik tidak hanya melihat dari sisi politik domestik saja tetapi juga melihat kondisi internasional. Dengan meluasnya *Euroscepticism* di Eropa mengubah pemikiran masyarakat yang awalnya percaya dengan Uni Eropa namun berubah menjadi ketakutan karena adanya pemikiran tersebut. Hal tersebut membuktikan bahwa kondisi dan

lingkungan internasional juga menentukan opini publik pada saat referendum dilaksanakan pada 23 Juni 2016.

Saran

Fenomena Brexit di Britania Raya merupakan salah satu isu yang menarik untuk dibahas. Saran penulis adalah bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian yang membahas mengenai Brexit ataupun penelitian yang hampir serupa, sebaiknya memiliki banyak referensi yang berasal dari buku, jurnal ilmiah, majalah ataupun berita online resmi untuk mencari data pembuktian. Data yang diperoleh harus dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian karena data yang yang diperoleh dapat diolah dengan berbagai cara, dan apabila salah dalam mengolah data tersebut maka penelitian yang didapat akan kurang tepat.

Pembahasan mengenai fenomena Brexit ini menarik untuk dilakukan penelitian mengingat terdapat berbagai macam permasalahan dan pembahasan yang dapat diteliti untuk mengetahui bagaimana kebijakan Brexit ini dapat diputuskan dan dilaksanakan. Selain itu juga kebijakan Brexit ini juga dianggap sebagai salah satu kebijakan yang fenomenal karena tidak menyangkut satu negara saja tetapi beberapa negara dan juga organisasi internasional. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam kajian Ilmu Hubungan Internasional secara umum.

Daftar Pustaka

- Anon. tt. *Bab III Faktor Internal yang Mendorong Inggris Keluar dari Uni Eropa*. (daring). Tersedia di <http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/11814/G.%20BAB%20III.pdf?sequence=7&isAllowed=y>. Diakses pada 8 April 2018.
- Ariefyanto, M Irwan. 2013. *Hari ini di 1707, Kerajaan Inggris dan Skotlandia Bentuk Britania Raya*. (daring). Tersedia di: <http://m.republika.co.id/berita/internasional/global/13/05/01/mm3hz3-hari-ini-di-1707-kerajaan-inggris-dan-skotlandia-bentuk-britania-raya>. Diakses pada 8 Mei 2018.
- Azzahra, Nadia Fairuza. 2017. *Alasan Masyarakat Inggris Memilih Keluar Dari Keanggotaan Uni Eropa Pada Referendum Tahun 2016*. (daring). Tersedia di: <http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/11071>. Diakses pada 12 April 2018.
- BBC. 2016. *Eight reasons Leave won the UK's referendum on the EU*. (daring). Tersedia di: <http://www.bbc.com/news/uk-politics-eu-referendum-36574526>. Diakses pada 15 April 2018.
- Beattie, Jason. 2016. *Leave won the EU referendum because the country voted with its heart rather than its head*. (daring). Tersedia di: <https://www.mirror.co.uk/news/uk-news/leave-won-eu-referendum-because-8277471>. Diakses pada 15 April 2018.
- Burns, John F.. 2013. *Insurgent Party in Britain Gains in Popular Support*. (daring). Tersedia di: <https://www.nytimes.com/2013/05/04/world/europe/united-kingdom-independence-party-gains-in-local-vote.html>. Diakses pada 22 April 2018.

- Calamur, Krishnadev . 2016. *The Brexit Campaign: A Cheat Sheet*. (daring). Tersedia di: <https://www.theatlantic.com/international/archive/2016/06/uk-brexit-guide/482730/>. Diakses pada 15 April 2018.
- Cram, Laura. 2015. *How Remain and Leave camps use #hashtags*. (daring). Tersedia di: <http://ukandeu.ac.uk/how-remain-and-leave-camps-use-hashtags/>. Diakses pada 16 April 2018.
- Farshori, Abbas. 2016. *How The Battle Of Campaign Strategy Gave Us Brexit*. (daring). Tersedia di: https://www.huffingtonpost.co.uk/abbas-farshori/how-the-battle-of-campaig_b_11707680.html. Diakses pada 15 April 2018.
- Beattie, Jason. 2016. *Leave won the EU referendum because the country voted with its heart rather than its head*. (daring). Tersedia di: <https://www.mirror.co.uk/news/uk-news/leave-won-eu-referendum-because-8277471>. Diakses pada 15 April 2018.
- Fleischmann, Casey. 2015. *UK Digital, Social and Mobile Statistics 2015 #smlondon*. (daring). Tersedia di: <https://socialmedialondon.co.uk/digital-social-mobile-statistics-2015/>. Diakses pada 16 April 2018.
- Heffer, Greg, Katie Mansfield dan Joey Millar. 2016. *EU Vote: Boris hails 'glorious' Brexit as Juncker says get out of EU 'as soon as possible'*. (daring). Tersedia di: <https://www.express.co.uk/news/politics/682835/EU-referendum-result-European-Union-Leave-Remain-In-Out>. Diakses pada 8 Mei 2018.
- Hobolt, Sara B. 2016. "The Brexit Vote: A Divided Nation, A Divided Continent", dalam *Journal of European Public Policy* 23(9): 1259-77.
- Korski, Daniel. 2016. *Why we lost the Brexit vote, Behind the scenes of the flawed campaign to keep the UK in the EU*. (daring). Tersedia di: <https://www.politico.eu/article/why-we-lost-the-brexit-vote-former-uk-prime-minister-david-cameron/>. Diakses pada 15 April 2018.
- Lestari, Indah Sri. 2017. *Penarikan Diri Inggris Dari Uni Eropa Tahun 2016*. (daring). Tersedia di: [http://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/08/e-journal%20Indah%20Sri%20Lestari%20\(08-23-17-03-52-34\).pdf](http://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/08/e-journal%20Indah%20Sri%20Lestari%20(08-23-17-03-52-34).pdf). Diakses pada 20 Februari 2018.
- Mance, Henry. 2016. *Vote Leave's designation as official campaign spurs Brexit feud*. (daring). Tersedia di: <https://www.ft.com/content/oed4e14e-0163-11e6-ac98-3c15a1aa2e62>. Diakses pada 14 April 2018.
- Mcsmith, Andy. 2016. *Brexit: Project Fear had reason on its side, but anti-experts caught public mood*. (daring). Tersedia di: <https://www.independent.co.uk/news/uk/politics/brexit-project-fear-had-reason-on-its-side-but-anti-experts-caught-public-mood-a7101841.html>. Diakses pada 15 April 2018.
- Morris, Steven. 2016. *David Cameron: EU referendum is the 'people's choice'*. (daring). Tersedia di: <https://www.theguardian.com/politics/2016/feb/26/david-cameron-eu-referendum-peoples-choice-uk>. Diakses pada 6 Februari 2018.
- Munzilin, Khairul. 2016. *Faktor-Faktor Kemenangan Kelompok Eurosceptic Dalam Referendum Inggris Tahun 2016*. (daring). Tersedia di: <http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/7805>. Diakses pada 15 April 2018.
- Parker, George. 2016. *Michael Gove and Gisela Stuart to head Vote Leave group*.(daring). Tersedia di: <https://www.ft.com/content/57b74004-e91d-11e5-bb79-2303682345c8> . Diakses pada 8 Maret 2018.

- Pudyanti, Stefani Dyah Retno. tt. *New Media dan Politik Global Studi Kasus Brexit*. Universitas Gadjah Mada.
- Qolbi, Affan. 2017. *Alasan Partai United Kingdom Independence Party (UKIP) Menginginkan Inggris Keluar Dari Uni Eropa Dalam Referendum Inggris Tahun 2016*. (daring). Tersedia di: <http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/15916>. Diakses pada 12 April 2018.
- The Electoral Commission. 2016. *Official Result of the EU Referendum is declared by Electoral Commission in Manchester* (daring). Tersedia di: <https://www.electoralcommission.org.uk/i-am-a/journalist/electoral-commission-media-centre/news-releases-referendums/official-result-of-the-eu-referendum-is-declared-by-electoral-commission-in-manchester>. Diakses pada 8 April 2018.
- Tidore, Mashita Dewi. 2017. *Dinamika Referendum Inggris di Uni Eropa, Studi Kasus: Referendum Brexit*. Universitas Hasanuddin.
- Vickers, Francesca. 2016. *Brexit: the effect of social media on politics*. (daring). Tersedia di: <https://www.linkedin.com/pulse/brexit-effect-social-media-politics-francesca-vickers>. Diakses pada 16 April 2018.
- Wells, Anthony. 2015. *Analysis: EU referendum- the state of public opinion*. (daring). Tersedia di: <https://yougov.co.uk/news/2015/09/22/eu-referendum-state-public-opinion/>. Diakses pada 22 April 2018.
- Wintour, Patrick dan Nicholas Watt. 2014. *UKIP wins European elections with ease to set off political earthquake*. (daring). Tersedia di: <https://www.theguardian.com/politics/2014/may/26/ukip-european-elections-political-earthquake>. Diakses pada 22 April 2018.
- Worley, Will. 2016. *Donald Trump inspired Brexit campaign because facts don't work, says Leave founder Aaron Banks*. (daring). Tersedia di: <https://www.independent.co.uk/news/uk/home-news/brexit-news-donald-trump-leave-eu-campaign-facts-dont-work-arrron-banks-lies-referendum-a7111001.html>. Diakses pada 15 April 2018.
- Wright, Oliver. 2015. *EU Referendum: Britain will become a 'third-rate' power if it severs ties with Europe, warns Kenneth Clark*. (daring). Tersedia di: <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/eu-referendum-britain-will-become-a-third-rate-power-if-it-severs-ties-with-europe-warns-kenneth-a6690146.html>. Diakses pada 8 Maret 2018.