MetaCommunication; Journal Of Communication Studies P-ISSN : 2356-4490
Vol 4 No 1 Maret 2019 E-ISSN : 2549-693X

KOMUNIKASI POLITIK BERBASIS POLITIK IDENTITAS DALAM KAMPANYE PILKADA

Fitria Wulan Dhani[1)]

[1)]Magister Ilmu Politik, Fisip, Universitas Airlangga
Alamat Email : wulaniymam@gmail.com

ABSTRACT

The campaign in the Local Election is a moment for political actors to carry out political communication to voters. Communicators in the campaign convey a message that invites voters to choose certain candidates. The communicator strategy in conveying campaign messages is by using identity politics in campaign material. This study aims to analyze more deeply how political communication based on identity politics develops in the election campaign, and what the impact of identity politics is in political life in Indonesia. This study uses qualitative methods and descriptive analysis techniques, collecting data through literature studies and online data search. The results of the study included the development of identity politics in campaigns that showed success in gathering voters' votes. However, on the other hand the politics of identity raises divisions in groups in society, unhealthy democratic systems, and shows the poor political education for the people and institutions of political parties.
Keywords: *Political Communication, Politics of Identity, Campaign of Election*

ABSTRAK

Kampanye dalam pemilihan kepala daerah (pilkada) merupakan moment bagi aktor politik untuk melakukan komunikasi politik dengan pemilih. Komunikator dalam kampanye menyampaikan pesan yang sifatnya mengajak pemilih untuk memilih kandidat tertentu. Strategi komunikator dalam menyampaikan pesan kampanye yaitu dengan menggunakan politik identitas dalam materi kampanye. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lebih dalam bagaimana komunikasi politik berbasis politik identitas berkembang dalam kampanye pilkada, dan apa dampak politik identitas dalam kehidupan politik di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan teknik analisis deskriptif, pengumpulan data melalui studi literatur dan penelusuran data online. Hasil penelitian mencakup perkembangan politik identitas dalam kampanye yang menunjukan keberhasilan dalam mengumpulkan suara pemilih. Namun, di sisi lain politik identitas menimbulkan perpecahan kelompok di masyarakat, sistem demokrasi yang tidak sehat, dan menunjukan buruknya pendidikan politik bagi rakyat dan kelembagaan partai politik.
Kata Kunci: Komunikasi Politik, Politik Identitas, Kampanye Pilkada

PENDAHULUAN

Sistem pemilu melibatkan peran aktor-aktor pemilu sebagai elemen penting yang menjadi penggerak jalanya penyelenggaraan pemilu di suatu negara. Masing-masing aktor pemilu saling berinteraksi untuk memberikan informasi pemilu satu sama lain guna tercapainya penyelenggaraan pemilu yang demokratis. Dalam pelaksanaan pemilu khususnya pada tahapan kampanye terdapat interaksi misalnya antara kandidat dengan masyarakat yang dalam hal ini adalah pemilih. Kandidat atau yang disebut dengan aktor politik memberikan pesan-pesan politik kepada pemilihnya untuk mendapatkan dukungan suara. Pesan politik dalam kampanye biasanya dapat disampaikan oleh penyampai pesan secara tertulis atau tidak tertulis, verbal maupun non verbal dimana pesan ini ditujukan kepada pemilih. Pesan politik disampaikan melalui berbagai saluran atau media sehingga pesan dapat diterima oleh pemilih. Melalui proses kampanye, tercapai beberapa unsur yang menjelaskan bahwa memang di dalam sebuah kampanye terdapat komunikasi dua arah antara pemberi pesan

(misal; kandidat), penerima pesan (pemilih), pesan atau informasi politik, dan saluran atau media penyampai pesan. Terpenuhinya empat unsur ini memberikan gambaran bahwa dalam sebuah proses kampanye terdapat komunikasi politik yang melibatkan aktor-aktor pemilu.

Komunikasi politik di dalam kampanye dilakukan melalui berbagai cara dan strategi yang mempunyai tujuan untuk memberikan informasi kepada pemilih dan diharapkan pemilih terpengaruh atas informasi tersebut, kemudian melakukan tindakan sesuai yang diharapkan oleh pemberi informasi. Salah satu metode komunikasi politik yang dilakukan untuk menarik perhatian pemilih adalah dengan komunikasi berbasis politik identitas. Politik identitas diselipkan dalam metode-metode kampanye, yang melibatkan berbagai kelompok atau individu sebagai komunikator politiknya. Dalam artikel ini membahas fenomena kampanye pada Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) serentak yang dilakukan beberapa tahun terakhir. Fenomena kampanye pasangan calon kepala daerah banyak menjadi perdebatan di kalangan masyarakat serhubungan terkait adanya politik identitas yang menjadi strategi ampuh bagi kandidat pilkada untuk meraup suara. Pasangan calon (Paslon) menggunakan strategi politik identitas sebagai salah bentuk komunikasi politik antara mereka dengan pemilih. Komunikasi dilakukan melalui pesan yang disampaikan dalam jargon-jargon kampanye. Materi dalam kampanye memuat unsur-unsur identitas diri yang mengarah pada identitas kesukuan, etnisitas, agama dan golongan. Entah mengapa dalam beberapa kali penyelenggaraan pilkada serentak, metode kampanye seperti ini selalu ramai mewarnai tahapan kampanye. Jargon kampanye dengan mengandalkan identitas diri merupakan salah satu bentuk dari politik identitas yang memunculkan berbagai respon yang berbeda di masyarakat. Respon itu sendiri akan berujung pada penetapan kandidat yang akan dipilih oleh masyarakat pada saat hari pemungutan suara. Masyarakat mempunyai pertimbangan-pertimbangan sendiri dalam menetapkan siapa kandidat yang akan mereka pilih nanti. Dalam menentukan preferensi pilihan mereka tidak terlepas pula dari pengaruh adanya politik identitas yang saat itu berkembang. Politik identitas di selipkan di dalam jargon kampanye atau *tagline* yang sifatnya mengarah kepada identitas kandidat yang dipandang sebagian orang mengandung unsur suku, agama, ras dan antar golongan (SARA). Namun, tidak jarang pasangan calon yang menggunakan strategi politik identitas ini memenangkan pemilu dan meraih suara terbanyak. Tercapainya tujuan paslon untuk mendapatkan suara terbanyak menunjukan bahwa komunikasi politik mereka kepada pemilih melalui pesan-pesan dan informasi dalam jargon kampanye mereka efektif mempengaruhi pemilih. Namun, pesan atau informasi tersebut disampaikan dalam bentuk politik identitas dan yang masih menjadi pertanyaan apakah hal ini dapat berpengaruh baik atau berpengaruh buruk bagi pemilih. Dari sini penulis mengkaji bagaimana komunikasi politik berbasis politik identitas

berkembang dalam kampanye pilkada, dan apa dampak kemunculan politik identitas dalam kehidupan politik di Indonesia.

KERANGKA PEMIKIRAN

Bidang studi komunikasi politik merupakan salah satu kajian ilmu yang di dalamnya membahas studi teknik kampanye. Pada perkembanganya studi komunikasi politik dilengkapi dengan teori-teori kontemporer dan analisis yang lebih komprehensif. Bidang kajian Ilmu Politik digunakan untuk memahami sistem politik yang sedang berkembang, dan seiring perkembangan ilmu politik maka akan berimplikasi pada sistem komunikasi (Henry Subiakto, Rachmah Ida : 2012). Hal ini dapat terjadi karena, sistem politik tidak hanya melibatkan orang per orang, tapi antar individu dan kelompok, serta antar kelompok yang satu dengan kelompok yang lainnya. Komunikasi diperlukan untuk membentuk suatu sistem politik yang solid, yang menghadirkan kesepahaman yang sama antar aktor politik untuk mencapai tujuan bersama dan menghasilkan output berupa kebijakan. Pentingnya Ilmu Komunikasi disini adalah untuk menganalisis dan memahami bagaimana komunikasi politik terjadi.

Berelson dan Steiner (1964) dalam Henry Subiakto, Rachmah Ida (2012 : 14) mendefinisikan komunikasi sebagai penyampaian informasi, ide, emosi, keterampilan, dan lain-lain melalui penggunaan simbol, kata, gambar, angka, grafik dan sebagainya. Batasan lain dikemukakan pula oleh Carl Hovland, Irving Janis dan Harold Kelly (1953) dalam Henry Subiakto, Rachmah Ida (2012 : 14) yang mana mereka menekankan aspek pengaruh dalam mendefinisikan komunikasi, yaitu : *the process by which an individual (the communicator) transmit stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals (the audience).* Ada pula formula sederhana yang di ungkapkan oleh Harold Lasswell : *Who, says what, In which channel, To whom, With what effec*t. Pendapat Lasswell ini menyiratkan bahwa proses komunikasi berjalan searah dan sangat menekankan aspek persuasi dengan tujuan untuk memperoleh efek tertentu. Sedangkan Komunikasi Politik itu sendiri adalah seperti apa yang diungkapkan oleh Lord Windlesham (1973) dalam Henry Subiakto, Rachmah ida (2012: 19) Komunikasi Politik adalah penyampaian pesan politik yang disengaja oleh pengirim ke penerima dengan maksud membuat penerima berperilaku dengan cara yang mungkin tidak dilakukan oleh orang bijak lainnya. Definisi ini menggambarkan bahwa sang penyampai pesan mempunyai tujuan agar sang penerima pesan tidak berperilaku sesuai dengan yang seharusnya, tetapi sesuai dengan keinginan yang dikehendaki oleh penyampai pesan.

Pada Intinya, Henry Subiakto dan Racmah Ida (2012:19) memberikan kesimpulan bahwa Komunikasi politik dapat diartikan sebagai sebuah aktivitas komunikasi yang mempunyai konsekuensi atau akibat politik, aktual potensial, terhadap fungsi sistem politik. Konsekuensi politik inilah yang merupakan

unsur essensial yang membedakan komunikasi politik dengan komunikasi sosial. Suatu komunikasi yang tampaknya pesan atau isinya bukan pesan politik, namun apabila secara potensial dan aktual dapat berakibat atau mempunyai konsekuensi pada salah satu fungsi sistem politik, maka itu adalah komunikasi politik. Pendapat dari Henry dan Rachmah lebih menekankan bahwa komunikasi politik akan mengakibatkan konsekuensi politik, efek yang di timbulkan oleh pesan yang disampaikan, terlepas apakah pesan tersebut bersifat politik atau tidak.

Ada beberapa bentuk komunikasi politik (Ariffin dalam Mahi, 2010 : 37) yang dilakukan aktor politik untuk mencapai tujuan politiknya, yaitu :

a. Retorika, yaitu berpidato kepada khalayak banyak.
b. Agitas politik, yang dilakukan untuk membangkitkan rakyat ke suatu gerakan politik, baik lisan maupun non lisan dengan merangsang dan membangkitkan emosi khalayak dan dapat di awali dengan membangkitkan kontradiksi.
c. Propaganda, menurut Harbert Blumer propaganda adalah suatu kampanye politik yang dengan sengaja mengajak, mempengaruhi guna menerima suatu pandangan, sentiment atau nilai.
d. *Public relation politic*, bertujuan untuk menciptakan hubungan saling percaya, harmonis, terbuka, atau akomodatif antara politikus, professional atau aktivis dan khalayak.
e. Kampanye Politik, bentuk komunikasi yang dilakukan orang atau kelompok dalam waktu tertentu untuk memperoleh dukungan politik dari pemilih.
f. Lobi politik, terdapat kesepahaman dan kesepakatan bersama yang akan diperkuat melalui pembicaraan formal dalam rapat atau sidang politik yang akan menghasilkan keputusan politik tertentu.
g. Lewat media massa, menurut Mc Luhan, sebagai perluasan panca indera manusia dan sebagai media pesan dalam hal ini pesan politik untuk mendapatkan pengaruh, kekuasaan otoritas, mengubah opini public serta citra politik untuk khalayak yang lebih luas yang tidak bisa dijangkau dengan bentuk komunikasi lain.

Kampanye dalam pemilihan kepala daerah adalah bentuk komunikasi politik yang membawa pesan-pesan politik baik secara jelas atau tersirat. Dalam tulisan ini membahas penggunaan politik identitas sebagai strategi komunikasi politik paslon yang diselipkan dalam materi pesan kampanye kemudian disampaikan komunikator politik yang bisa berasal dari tim kampanye, relawan, aktivis atau kelompok masyarakat yang berkepentingan lainnya dan ditujukan kepada masyarakat atau pemilih. Pengertian kampanye sendiri adalah kampanye yang berasal dari definisi Undang-undang pilkada yaitu UU No. 10 Tahun 2016 tentang Perubahan kedua atas UU Nomor 1 Tahun 2015 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang Nomor 1 Tahun

2014 Tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota Menjadi Undang-Undang yaitu kampanye adalah kegiatan untuk meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi, misi dan program calon gubernur, calon bupati dan calon walikota.

Sedangkan konsep politik identitas bermula dalam suatu simposium yang diadakan oleh *European Centre for Social Welfare Policy* dan Dr. Karl Renner Institute, serta disponsori oleh Jewish Museum of Vienna, dan Department of Scientifict Affairs (dalam Muhammad Habibi, 2017 : 2) disebutkan bahwa politik identitas adalah nama lain dari biopolitik dan politik perbedaan. Biopolitik mendasarkan diri pada perbedaan-perbedaan yang timbul dari perbedaan tubuh. Berdasarkan pengertian ini bahwa politik identitas itu digambarkan sebagai suatu strategi yang mengarah pada perbedaan fisik sebagai pembeda antar satu orang dengan orang lainnya, sedangkan yang terjadi sekarang adalah politik identitas ini berkembang tidak hanya melihat perbedaan identitas secara fisik, tetapi juga perbedaan akan keragaman suku, budaya, agama, dan antar golongan (SARA) yang memiliki perbedaan pemahaman juga dijadikan sarana sebagai pembeda identitas antar kelompok. Bisa dikatakan bahwa pengertian politik identitas dalam symposium Eropa tersebut merupakan pengertian politik identitas dalam arti sempit.

Agnes Haller (dalam Muhtar Haboddin, 2012 : 119) mengambil definisi politik identitas sebagai konsep dan gerakan politik yang fokus perhatiannya adalah perbedaan sebagai suatu kategori politik yang utama. Perbedaan telah menjanjikan suatu kebebasan toleransi dan kebebasaan permainan, sehingga memicu kemunculan sebuah ancaman. Konsep politik identitas yang dikemukakan oleh Agnes Haller memberikan gambaran yang lebih luas dari sekedar adanya "suatu perbedaan" tetapi definisi tersebut mengarah kepada efek yang di timbulkan dari politik identitas yaitu munculnya rasa kebebasan dan ancaman yang muncul akibat perbedaan karena selalu terjadi perselisihan di masyarakat. Jadi dapat disimpulkan bahwa politik identitas adalah Strategi politik yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang yang memiliki kesamaan identitas diri baik secara fisik ataupun identitas lain dalam hal kesamaan budaya, etnis, agama, pemahaman dan kesamaan lainnya , dimana mereka membentuk suatu kegiatan untuk mendapatkan dukungan dari orang yang juga memiliki kesamaan identitas untuk mewujudkan kepentingan mereka.

Politik Identitas yang terjadi di Indonesia, berkembang kuat ketika pilkada dilaksanakan sejak tahun 2010 hingga sekarang. Sebagaimana dikutip dari Ma'arif dalam bukunya Politik Identitas dan Masa Depan Pluralisme Indonesia, menjelaskan bahwa khususnya di Indonesia, politik Identitas lebih terkait dengan etnisitas, agama, ideologi dan kepentingan-kepentingan lokal yang diwakili umumnya oleh para elit politik dengan artikulasinya masing-masing (Ma'arif, 2012: 55). Banyak Para elit politik yang

bertarung dalam pilkada menjadikan politik identitas sebagai senjata unuk memenangkan pertarungan politik di ranah lokal. Elit politik berwacana bahwa identitas mempunyai peran penting dalam menentukan keberhasilan pembangunan di daerah. Pada momentum pilkada ini lah kebanyakan elit politik lokal memainkan strategi politik identitas. Oleh karena itu jika melihat kebelakang dalam beberapa momentum pilkada serentak yang terjadi di Indonesia, politik identitas cenderung muncul pada tahapan kampanye dan bermuatan etnisitas, agama, golongan dan kesamaan akan ideologi politik. Tidak dapat dipungkiri bahwa Indonesia memang merupakan bangsa yang multikulturalisme, maka dapat dinilai wajar jika identitas menjadi wadah elit untuk memperoleh perhatian publik, namun adanya multikulturalisme jika dikaji lebih lanjut dapat menguatkan rasa nasionalisme bangsa, sehingga menarik untuk di telaah lebih lanjut tentang kemunculan strategi politik identitas yang terjadi di tingkat demokrasi lokal Indonesia.

METODE PENELITIAN

Tulisan ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik analisis deskriptif. Sedangkan untuk teknik pengumpulan data melalui studi pustaka dan pengumpulan data online. Studi Pustaka dilakukan dengan menelusuri dokumen sumber yang relevan dengan penelitian, literatur berupa buku-buku terkait topik penelitian, jurnal atau tulisan ilmiah atau laporan yang memuat tema mengenai komunikasi politik dalam masa kampanye dan politik identitas khususnya yang terjadi di ranah demokrasi lokal. Pengumpulan data dan analisis dilakukan dilakukan selama penelitian berlangsung diselingi dengan mengklasifikasikan materi sesuai dengan sub tema yang telah ditetapkan penulis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kampanye adalah momentum bagi tim sukses untuk memberikan persuasi dan dorongan kepada masyarakat untuk memutuskan pilihan kandidat calon kepala daerah. Dari sisi komunikasi politik, moment kampanye adalah saat yang tepat untuk memberikan pengaruh kepada pemilih, seperti yang dijelaskan oleh Lord Windlesham (1973) dalam Henry Subiakto, Rachmah ida (2012: 19) bahwa tujuan dari komunikasi politik adalah membuat orang lain berperilaku yang mungkin tidak dilakukan oleh orang bijak lain, artinya sang komunikator politik, bisa memberikan pesan-pesan dalam kampanye kepada pemilih dengan tujuan yang sifatnya untuk kepentingan tertentu. Dalam sebuah kampanye, komunikator politik tidak hanya pasangan calon, tetapi siapapun yang mempunyai tujuan, keinginan dan kepentingan yang sama akan menyampaikan pesan dengan isi yang senada, tidak hanya kandidat, tetapi dapat pula dilakukan oleh tim kampanye, aktivis, ataupun kelompok kepentingan selama mereka mempunyai kemampuan untuk melakukan komunikasi politik. Agar Pesan atau informasi dalam sebuah komunikasi politik yang disampaikan kepada khalayak menjadi lebih menarik dan menimbulkan efek

persuasi dan meyakinkan, maka dalam beberapa kampanye seringkali diselipkan kampanye yang merujuk pada "identitas" kandidat. Artinya, khalayak siapapun yang mempunyai persamaan baik fisik, budaya, pemahaman, dan agama dapat membentuk satu kelompok untuk mencapai tujuan bersama.

Politik Identitas yang sering mencuat di masa kampanye, ternyata tidak hanya terjadi pada pemilu nasional tetapi juga masa pemilu lokal atau pilkada. Periode pilkada serentak tahun 2015, 2017 dan 2018 diwarnai dengan adanya politik identitas, disini penulis mengambil beberapa contoh kasus politik identitas yang terjadi di berbagai daerah di Indonesia yang melaksanakan pilkada dimana kandidat menggunakan strategi politik identitas dalam tahapan kampanye, beberapa diantaranya adalah :

a. Salah satu pasangan calon dalam pilkada Kalimantan Selatan Tahun 2010 dan 2015 menggunakan *tagline* "Asli Urang Banua" yang artinya adalah suku banjar asli sebagai *tagline* kampanye mereka. Hal ini disinyalir untuk menjatuhkan lawan politiknya yang bukan merupakan suku banjar asli karena berasal dari suku daerah di luar Kalimantan. Kenyataanya, pasangan calon yang menggunakan tagline bernuansa politik identitas ini berhasil meraup suara pemilih dan menjadi pemenang pilkada pada saat itu. (Tribunnews, 2015). Dalam perkembangnya proses kampanye yang terjadi dalam perhelatan pilkada Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Kalsel tidak menimbulkan perpecahan kelompok masyarakat, pilkada dapat berjalan dengan aman dan lancar tanpa menimbulkan konflik di masyarakat.
b. Pilkada DKI Jakarta Tahun 2017 merupakan moment menguatnya politik identitas. Gubernur petahana yang merupakan keturunan tionghoa saat itu dikalahkan oleh Anies-Sandi. Perbedaan identitas antara keturunan tionghoa dan pribumi, menjadi jurus lawannya untuk merebut suara. Isu pribumi dan non pribumi menguat, selain itu pilkada DKI juga diwarnai dengan penistaan agama yang dalam hal ini dilakukan oleh Gubernur petahana Ahok. Kasus penistaan agama ini akhirnya memunculkan suatu gerakan yang dinamakan Kelompok Gerakan 212. Gerakan ini memobilisasi demonstrasi besar di Monas yang pada awalnya bertujuan untuk memidanakan gubernur petahana atas kasus penistaan agama tersebut (kumparan, 2018). Selama masa kampanye pilkada DKI Tahun 2017, isu SARA semakin kencang berhembus, menjadi perdebatan di masyarakat, dan tidak hanya di bicarakan penduduk DKI Jakarta yang notabennya mereka adalah pemilih yang berhak mengikuti pilkada saat itu, tetapi isu ini juga meluas menjadi konsumsi publik masyarakat seluruh penjuru negeri ini. Bagaimana tidak, dalam persaingan meraih kursi nomor satu di DKI Jakarta, pendukung pasangan calon menggemborkan permasalahan

"perbedaan identitas" sebagai suatu isu yang harus menjadi pertimbangan pemilih untuk menentukan pilihan. Saking maraknya isu SARA yang terjadi di kampanye DKI Jakarta, pemilih tidak memperdulikan lagi apa visi-misi dan program kerja yang ditawarkan oleh pasangan calon, yang ada justru peningkatan potensi konflik agama, konflik sosial dan perpecahan di masyarakat. Contohnya saja, ada pemilih yang memilih pasangan Anies-Sandi dikarenakan mereka mempunyai identitas agama yang "sama"dibandingkan dengan pasangan lain yang beragama berbeda dan dari etnis yang berbeda. Tidak ada yang salah dalam hal ini karena memilih adalah hak asasi yang tidak dapat di intervensi. Namun, ketika alasan perbedaan ini disalahgunakan oleh banyak oknum untuk menghasut pemilih lainnya maka dari sinilah konflik dan perpecahan bermula. Tidak heran jika Pilkada DKI 2017 menjadi salah satu sejarah terbesar adanya politik SARA di negeri ini.

c. Pemilihan Gubernur Tahun 2018 di Sumatera Utara juga tak lepas dari rasa kedaerahan, Pasangan Edy dan Musa yang pernah tinggal dan besar di Sumatera Utara menjadi pemenang pilkada saat itu. Lawan politiknya Djarot yang asli orang Jawa dianggap sebagai pendatang. Masyarakat Sumatera Utara saat itu merasa jera untuk dipimpin orang dari luar daerah pada pemerintahan sebelumya, karena ketika terjadi korupsi, uang dibawa ke luar daerah dan perekonomian Sumut menjadi tersendat. Djarot yang merupakan orang luar daerah dicalonkan karena dinilai memiliki pengalaman baik dalam mengelola pemerintahan seperti di Blitar dan DKI Jakarta sehingga dijadikan daya tarik untuk meraih suara pemilih. Namun, karena maraknya isu primordialisme ini, kasus korupsi yang sedang menimpa salah satu wakil pasangan calon menjadi teredam yaitu pasangan calon Edy dan Musa, wakil pasangan calon yang diduga terlibat korupsi tidak menjadi perhatian masyarakat. Ternyata pasangan tersebut mampu meraup suara meskipun tersangkut kasus korupsi. Hal ini tidak terlepas dari isu agama dan primordialisme yang berperan dalam pilkada tersebut. Dalam beberapa kampanye tema tersebut digemborkan dan dijadikan salah satu cara untuk meraih suara pemilih (BBC News Indonesia, 2018).

Dalam contoh kasus diatas, keberhasilan komunikasi politik dapat diukur dengan melihat dari efek yang di timbulkan atas pesan yang disampaikan oleh komunikator. Pesan berupa ajakan untuk memilih berdasarkan "persamaan identitas" menghasilkan fakta mampu membuat beberapa calon kepala daerah memenangkan Pilkada. Artinya sebagian besar pemilih menyepakati dan terpengaruh oleh pesan yang disampaikan sehingga mereka bersedia memberikan suara kepada kandidat yang bersangkutan. Berikut

adalah hasil perhitungan suara dalam Pilkada DKI Jakarta Putaran ke-2 Tahun 2017 :

Tabel 1. Perolehan Suara Pilkada 2017 DKI Jakarta Putaran II

Paslon	Suara Sah	%
Ahok – Djarot	2.350.366	42.04%
Anies – Sandi	3.240.987	57.96%
Jumlah Suara Sah	5.591.353	100.00%

Sumber : Web resmi KPU RI (https://pilkada2017.kpu.go.id/hasil/2/form_d/t1/25823)

Dari hasil perhitungan suara oleh KPU DKI Jakarta pada pilkada 2017 putaran ke-2, menunjukan bahwa pasangan Anies-Sandi memperoleh suara terbanyak sebesar 3.240.987 suara atau sebesar 57,96 %. Pasangan Anies-Sandi memenangkan kontestasi pilkada DKI di tahun 2017. Kemudian berdasarkan data survei dari Saiful Mujani Researh & Consulting (SMRC) menunjukan bahwa alasan warga DKI memilih Anies-Sandi adalah faktor seagama, yakni mencapai 32,4 persen. Alasan lainnya adalah pintar, berpengalaman di pemerintah, ramah, perhatian pada rakyat, hingga tegas dan jujur. Namun, alasan-alasan tersebut kurang dari 11 persen saja. Survei ini dilakukan pada 31 Maret 5 April 2017 dengan wawancara secara tatap muka pada 446 responden. Margin of error diperkirakan sebesar 4,7 persen dan tingkat kepercayaan mencapai 95 persen asumsi simple random sampling ("SMRC. 2017). Disini terlihat bahwa berdasarkan sampel pemilih tersebut, perilaku mayoritas pemilih, memilih paslon berdasarkan kesamaan akan identitas agama. Memilih dalam pemilu adalah hak asasi pemilih dalam menentukan siapa pilihanya, terlepas dari alasan apapun mereka memilih kandidat tersebut, namun dalam kasus Pilkada DKI ternyata menimbulkan sentimen perbedaan agama yang di jadikan sebagian masyarakat sebagai alat dalam mengkampanyekan paslon yang didukungnya, kemudian dari isu-isu agama berkembang menjadi isu perbedaan etnis, pribumi dan non pribumi hingga menimbulkan terjadinya kekerasan pemilu.

Dalam tatanan rezim pemilu baik nasional maupun daerah, dan dengan sistem pemilu yang sifatnya langsung dan terbuka, politik identitas nampak terus menguat dan diterima oleh sebagian masyarakat sebagai suatu hal yang wajar, tanpa adanya perlawanan untuk mengubur dalam-dalam "e*uphoria*" kampanye berbau SARA. Dalam kampanye bernuansa politik identitas selalu terdapat simbol atau atribut yang menjadi "pembeda" antar kontestan. Aktifitas seperti ini merupakan cara komunikasi politik yang dilakukan oleh kontestan pilkada untuk memenangkan pertarungan politik dan agar dapat diterima oleh masyarakat luas.

Misalnya dalam penggunaan bahasa daerah sebagai atribut dalam kampanye seolah menjadi penegas informasi yang diberikan kepada publik siapa dan dari mana asal mereka serta menunjukan bahwa paslon adalah etnis asli. Simbol budaya melalui bahasa menjadi salah satu cara ampuh untuk mendapat

simpatisan dari etnis atau suku sendiri, sehingga wacana putra daerah selalu mencuat ketika pelaksanaan pemilu. Simbol, lambang, bahasa atau slogan dalam atribut kampanye sebenarnya merupakan bentuk komunikasi tidak langsung dari paslon kepada pemilih. Walaupun komunikasi dilakukan secara tidak langsung, diharapkan pesan yang dimaksudkan oleh paslon sampai dan dimengerti oleh pemilih yang melihatnya.

Penggunaan identitas yang marak digunakan dalam slogan kampanye memberikan gambaran bahwa ada yang menyimpang dari proses demokrasi yang ideal. Politik identitas yang lebih seering memicu perpecahan kelompok dan perselisihan antargolongan merupakan tanda bahwa demokrasi yang sedang berjalan tidak sehat, peserta pemilu tidak lagi mengutamakan visi, misi, dan programnya untuk mengambil kepercayaan masyarakat, tetapi hanya menjual identitas mereka untuk mengumpulkan suara terbanyak. Berkembangnya politik identitas menandakan adanya kegagalan dalam proses pendidikan politik dan berdemokrasi. Peserta pemilu gagal paham terhadap fungsi mereka di pemerintahan. Mereka adalah wakil rakyat yang dipilih karena representasi dari pemilih mereka yaitu rakyat Indonesia. Visi, misi dan program yang ditawarkan haruslah merupakan representasi dari keinginan rakyat, apa keinginan rakyat, itu yang harus mereka cari dan masukan dalam program kerja mereka. Ketika mereka telah mendapatkan jawaban, maka dirumuskanlah dalam visi dan misi tersebut. Kemudian visi misi inilah yang harus mereka tawarkan kepada rakyat, bukan dengan menjual identitas mereka melalui slogan atau *tagline* yang sifatnya menjatuhkan lawan dan berkaitan dengan isu SARA.

Sementara jika merujuk pada regulasi mengenai kampanye di dalam Undang-Undang Pilkada, telah dijelaskan mengenai apa yang di bolehkan dan apa yang dilarang di dalam kampanye. Menurut Undang-Undang Pilkada bahwa yang dimaksud dengan kampanye pemilu adalah kegiatan untuk meyakinkan Pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program Calon Gubernur, Calon Bupati, dan Calon Walikota. Lalu apakah dengan menonjolkan salah satu identitas diri dari peserta pemilu termasuk dalam materi dari kampanye, hal ini lah yang menjadi persoalan. Konsep kampanye pemilu di dalam Undang-Undang pilkada sendiri tidak menyebutkan identitas peserta pemilu sebagai bentuk tawaran kepada pemilih. Apakah identitas diri yang dalam penerapanya dijadikan sebagai strategi politik untuk menjatuhkan lawan merupakan suatu hal yang bertentangan di dalam undang-undang atau tidak, hal ini perlu di kaji lebih lanjut, karena sampai saat ini pun peserta pemilu yang menggunakan politik identitas mereka dalam kampanye tidak mendapatkan teguran atau belum dikategorikan pelanggaran sehingga belum ada sanksi tegas mengenai hal ini. Dalam UU Pilkada No. 10 Tahun 2016 Pasal 69b disebutkan, bahwa salah satu larangan dalam kampanye adalah menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan Calon Gubernur, Calon Bupati, Calon Walikota dan Partai politik,

berdasarkan pasal ini seorang kandidat dikenai pelanggaran terhadap pasal jika dalam metode kampanyenya melakukan penghinaan secara langsung terhadap kandidat lainnya, kenyataanya metode kampanye baik *tagline* dan jargon yang menonjolkan identitas diri yang mengarah pada SARA pun tetap beredar luas di lokasi kampanye dan belum ada penindakan tegas dari pengawas pemilu ataupun aparat terhadap hal ini. Pelanggaran terhadap Undang-Undang Pilkada Nomor 10 Tahun 2016 Pasal 69 (b) akan memicu perselisihan dikalangan peserta pemilu karena mengangkat hal-hal yang berbau SARA. Lalu seiring dengan maraknya perkembangan politik identitas setiap periode pemilu maka persaingan antar peserta pemilu pada akhirnya semakin tidak sehat. Esensi dari tujuan pemilu itu sendiri jauh dari harapan yang ingin dicapai yaitu sistem perwakilan atas dasar kedaulatan rakyat, dan ketika pemilu selesai, tidak menjamin konflik yang berbau SARA akan menghilang malah semakin merajalela, dan dapat menjadi bahan partai oposisi untuk menjatuhkan pemerintahan.

Bila politik identitas terus berlanjut dari pemilu ke pemilu dikhawatirkan akan terjadi yang namanya kekerasan dalam pemilu, yaitu tindakan menyimpang yang dapat mengancam proses pemilu dan aktor pemilu termasuk pemilih. Kekerasan merupakan hal yang bertentangan dengan prinsip politik, karena politik adalah dialog dan berpartisipasi dalam politik artinya keterlibatan dalam menjalin kesepakatan bersama (Ramlan, 2016 : 31). Bagaimana kesepakatan dapat dicapai, yaitu melalui dialog dengan mengandalkan pengetahuan berkomunikasi. Pentingnya pengetahuan komunikasi untuk menghindari terjadinya kegagalan komunikasi yang dapat mengakibatkan penyimpangan informasi.

Kampanye berbasis politik identitas dapat memicu munculnya suatu kelompok khusus, dan ini merupakan suatu kelemahanya. Misalnya dalam Pilkada DKI dimana terdapat kelompok pribumi yang sangat menolak non-pribumi untuk menjadi pemimpin. Hal-hal semacam ini akan menimbulkan konflik besar di masyarakat dan nasionalisme akan terpecah belah. Walaupun politik identitas memunculkan sisi negatifnya, terdapat hal positif yang dapat diambil yaitu politik identitas dapat dijadikan sebagai upaya untuk melestarikan nilai budaya yang menjadi ciri khas kelompok yang bersangkutan, sehingga budaya kelompok masyarakat akan tertanam kuat, dan tidak mudah menghilang karena perkembangan zaman (Habibi, 2017 : 6). Namun hal ini dapat dilakukan dengan pertimbangan bahwa identitas yang di jargonkan tersebut dapat menyatukan kelompok-kelompok lainnya, bertujuan untuk kebaikan bersama dan tidak memicu perselisihan kelompok. Sedangkan politik identitas dapat menjadi hal negatif jika terdapat oknum yang memanfaatkan hal tersebut untuk menjatuhkan lawannya, merendahkan dan menghina lawannya serta mengganggap bahwa kelompoknya lah yang paling benar.

Ketika politik identitas menjadi senjata ampuh bagi pasangan calon dalam

pilkada, maka banyak pemilih yang tidak menyadari bahwa hal ini merupakan ancaman bagi keberlangsungan sistem demokrasi dan menghapus peran mereka sebagai rakyat yang berdaulat. Saking ramainya *tagline* dan jargon kampanye yang berbau primordialisme menyebabkan perhatian masyarakat luput untuk menyeleksi mana pemimpin yang dapat mewujudkan aspirasi mereka. Saat isu-isu primordialisme berkembang, kebanyakan masyarakat kehilangan rasionalitas dalam menentukan pilihan, karena pilihan mereka bukan lagi berfokus pada kinerja calon atau program yang ditawarkan calon. Masyarakat lebih memilih karena faktor kesamaan etnis, agama atau suku. Menurut pemilih jika mereka mendasarkan identitas pada "kesamaan" maka akan membawa keuntungan bagi mereka.

Selain adanya dampak positif dan negatif yang telah diuraikan diatas, faktor penyebab berkembangnya politik identitas disebabkan karena rendahnya literasi pengetahuan komunikasi politik para elit politik, rendahnya kredibilitas kelembagaan politik serta kurangnya pendidikan politik di Indonesia. Literasi komunikasi politik termasuk pengetahuan dan kemampuan dalam penyampaian pesan-pesan politik, bagaimana komunikasi dilakukan agar dapat meningkatkan partisipasi masyarakat, tidak hanya keikutsertaan mereka dalam pemilu atau pilkada tetapi dapat menentukan pilihan tanpa adanya paksaan dan tidak memicu perselisihan di masyarakat. Sesuai dengan yang diungkapkan oleh Ariffin dalam Mahi (2010 : 37) bahwa elit politik dapat menggunakan beberapa bentuk komunikasi politik untuk mencapai tujuan politiknya, diantaranya ; retorika, agitas politik, propaganda, *public relation* politik, kampanye politik, lobi politik ataupun lewat media massa. Jika elit mempunyai kemampuan berkomunikasi yang baik, elit dapat mempertimbangkan beberapa bentuk komunikasi yang tepat dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, tetapi dengan catatan bahwa tetap berada dalam jalur prinsip berdemokrasi yang baik serta mempertimbangkan konsekuensi yang ditimbulkan dalam penyampaian pesannya.

Kredibilitas kelembagaan politik dipertanyakan ketika partai-partai tidak mampu memproduksi kader dan anggotanya yang berkualitas. Partai politik banyak yang asal dalam merekrut anggota untuk dicalonkan sebagai peserta pemilu tanpa adanya proses kaderisasi. Proses perekrutan kader dan anggota dilakukan secara instan tanpa dibekali pengetahuan politik. Sehingga dalam proses kampanye pun terlihat tanpa visi misi yang jelas. Akibatnya banyak kandidat yang mengambil jalur menyimpang untuk menarik suara pemilih, salah satunya berkampanye dengan penggunaan strategi politik identitas.

Pendidikan pemilih yang kurang optimal juga menjadi pemicu perkembangan politik identitas. Kelompok masyarakat yang dianggap rawan terpengaruh oleh isu SARA dapat dipetakan dan dijadikan objek prioritas dalam pendidikan politik. Peningkatan peran lembaga-lembaga swadaya masyarakat, lembaga pegiat pemilu, pemantau pemilu, dan penyelenggara pemilu dalam memberikan

pendidikan politik dapat menjadi solusi untuk memberikan pengetahuan politik secara masif kepada pemilih. Sedangkan untuk peserta pemilu sendiri , pendidikan politik dapat dilakukan oleh partai politik melalui peningkatan program kaderisasi partainya. Program kaderisasi dapat dimaksimalkan dalam sistem pencalonan internal partai. Dalam program kaderisasi, pendidikan politik diberikan misalnya bagaimana strategi untuk membuat visi, misi dan program yang baik, yang dapat memberikan solusi atas permasalahan yang menjadi aspirasi masyarakat sehingga dapat mendulang suara pemilih. Permasalahan kandidat partai politik saat ini adalah kebanyakan mereka tidak mengerti bagaimana cara yang benar dalam menarik suara pemilih, karena kurangnya pendidikan dan pengetahuan komunikasi politik dari kader partai sendiri.

KESIMPULAN

Politik identitas yang muncul dalam sejarah penyelenggaraan pemilu di Indonesia khususnya yang terjadi dalam pemilu lokal harus ditanggapi secara bijak dengan penalaran yang bersifat historis dan harus dipahami dengan baik oleh masyarakat. Dalam negara yang majemuk seperti Indonesia, potensi kemunculan politik identitas akan selalu terjadi, sehingga perlu suatu solusi untuk mengurangi hal tersebut. Politik identitas yang lebih banyak menimbulkan konflik antar suku, etnis, agama dan kelompok terjadi karena pemahaman yang salah mengenai identitas tersebut, masih banyak orang yang berpikiran sempit karena mengartikan identitas tersebut mengacu hanya pada suatu kelompok. Sejak Indonesia merdeka, telah disepakati bahwa perbedaan suku, ras, agama dan golongan yang berbeda tidak boleh memecah belah bangsa, tetapi setiap masyarakat menjunjung tinggi bahwa perbedaan dijadikan sebagai alat pemersatu bangsa.

Politik identitas merupakan tantangan bagi aktor politik dalam membangun negara demokrasi yang sesuai dengan nilai-nilai demokrasi. Sistem demokrasi memberi peluang dan kesempatan berkembangnya suatu pemahaman politik yang muncul dari perbedaan budaya di Indonesia. Oleh karena itu politik identitas seharusnya berjalan sesuai dengan kerangka prinsip berdemokrasi dan tidak mengandung unsur kekerasan atau pengintimidasian terhadap kelompok yang berbeda.

Politik Identitas menyebabkan demokrasi menjadi tidak sehat, karena dari pemilu ke pemilu politik identitas selalu berkembang dan dilestarikan oleh para tim kampanye. Perlu adanya kesadaran dari kandidat dan tim kampanye untuk tidak menggunakan politik identitas. Bagaimana memunculkan kesadaran ini adalah dengan meningkatkan kemampuan berkomunikasi politik dan pendidikan politik, tidak hanya kepada masyarakat sebagai pemilih tetapi khususnya terhadap kader partai yang akan dicalonkan oleh partai politik. Negara harus berperan dalam meningkatkan pendidikan pemilih kepada masyarakat, misalnya melalui

penguatan kurikulum tentang demokrasi dan pemilu. Hal ini dilakukan agar masyarakat tidak terjebak dalam isu yang berbau SARA tetapi cerdas dalam melihat gagasan yang ditawarkan oleh kandidat. Dalam pendidikan politik partai juga diselipkan program peningkatan kemampuan komunikasi politik kader. Komunikator harus dapat mengelola konten pesan yang disampaikan. Pesan yang disampaikan dalam kampanye harus menunjukan keberpihakan terhadap kebutuhan masyarakat, tanpa adanya embel-embel persamaan identitas yang dapat memicu perselisihan bagi masyarakat yang memiliki perbedaan identitas. Oleh karena itu, kemampuan dan pengetahuan komunikator politik menjadi kunci penting dalam meredam gejolak perselisihan di masyarakat, apa yang dilakukan dan diucapkan harus memperhitungkan efek yang mengikutinya, tidak hanya efek terhadap kelembagaanya tapi juga masyarakat luas.

Menanggapi permasalahan penggunaan politik identitas dalam slogan-slogan kampanye peserta pemilu, Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai penyelenggara pemilu di Indonesia perlu membuat pengaturan regulasi yang lebih spesifik tentang materi kampanye. Hal ini penting dilakukan sebagai pengendali dampak negatif yang berlebihan terkait adanya politik identitas. Cara yang harus dilakukan setidaknya menguatkan regulasi mengenai substansi materi kampanye, apa yang boleh dan apa yang tidak harus jelas tergambar di dalam peraturan KPU. Selain itu Undang-undang harus mengatur secara tegas mengenai sanksi bagi peserta pemilu dan kampanye yang menggunakan isu primordialisme sebagai jargon kampanyenya. Dalam Undang-Undang Pilkada Nomor 10 Tahun 2016 pasal 87 ayat 2 disebutkan bahwa sanksi jika setiap orang yang melakukan pelanggaran kampanye berupa menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, Calon Gubernur, Calon Bupati, Calon Walikota, dan/atau Partai Politik dipidana dengan pidana penjara paling singkat 3 (tiga) bulan atau paling lama 18 (delapan belas) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp600.000.00 (enam ratus ribu rupiah) atau paling banyak Rp6.000.000.00 (enam juta rupiah). Sanksi ini dikenakan kepada pelaku jika politik identitas yang digunakan telah menjurus kepada penghinaan kepada calon lainnya dalam hal suku, agama, ras, dan golongan. Karena itu pengawas pemilu ataupun masyarakat harus jeli melihat dan menyikapi jika ada salah satu calon, tim kampanye atau oknum yang melakukan penghinaan berbau SARA untuk menjatuhkan lawan politiknya. Tidak hanya pengawas pemilu, masyarakat juga harus turut aktif berperan untuk bersama-sama mengawasi hal ini demi menjaga keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Hikmat, Mahi M. 2010. *Komunikasi Politik Teori dan Praktik dalam Pilkada*

Langsung. Bandung : Simbiosa Rekatama Media

Maarif, Ahmad Syafii. 2012. *Politik Identitas dan Masa Depan Pluralisme Kita.* Jakarta: Democracy Project.

Subiakto, Henry dan Rachmah Ida. 2012. *Komunikasi Politik, Media dan Demokrasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Surbakti, Ramlan. 2016. *Pidato Inagurasi Anggota Baru AIPI*. Surabaya : Fisip Universitas Airlangga

Jurnal

Haboddin, Muhtar. 2012. *Menguatnya Politik Identitas di Ranah Local*. Jurnal Studi Pemerintahan Vol 5 No. 1 Februari 2012

Muhammad Habibi. 2017. Analisis Politik Identitas di Indonesia. di akses di https://www.researchgate.net/publication/315338050_Analisis_Politik_Identitas_di_Indonesia_Identity_Politics_in_Indonesia

Regulasi :

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2016 tentang Perubahan Kedua atas UU Nomor 1 Tahun 2015 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota Menjadi Undang-Undang.

Internet

BBC News Indonesia. 2018. Politik Identitas Ramai di pilgub Sumatera Utara, isu korupsi jadi Terabaikan ?. di akses di https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-44601789.

Kumparan. 2018. *Politik Identitas dan Pilkada 2018*. Diakses dari https://kumparan.com/erucakra-garuda-nusantara/politik-identitas-dan-pilkada-serentak-1523609183005

KPU RI. kpu.go.id

SMRC. 2017. *Seagama, Alasan Utama Memilih Anies-Sandi*" https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/04/13/smrc-seagama-alasan-utama-memilih-anies-sandi

Tribunnews. 2015. *Slogan Politik Banua.* diakses dari http://banjarmasin.tribunnews.com/2015/03/30/slogan-politik-banua