



**PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI DAN PEMASARAN POLITIK BERBASIS
MULTICULTUR CAMPAIGN SYSTEM UNTUK PENANGGULANGAN PRAKTIK
POLITIK IDENTITAS**

Azra Javier Ramadhan, Muhammad Ghifariz Salim, Zahra Afifah

Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro

azrajavier77@gmail.com

Abstrak

Realita politik merupakan fenomena yang tak tabu lagi dimata publik bahkan masyarakat menjadi objek keterlibatan politik negeri ini. Politik identitas pun menjadi suatu seni politik Indonesia yang tak bisa dipungkiri lagi kenyataannya. Namun, semua permasalahan politik ini dapat dikaji dari berbagai sudut pandang dimana masing-masing elemen berambisi demi kepentingan politik yang menjadi tujuan utama dan salah satunya dengan politik identitas. Pada hakikatnya Indonesia yang kaya akan keberagaman fisik maupun non-fisik menjadikan alat pemersatu negeri ini, akan tetapi setiap kubu politik mengimplementasikannya pada politik identitas yakni dengan mengintimidasi suatu etnis atau lainnya. Maka dari itu, penulis menganalisis sebuah solusi dengan sistem kampanye yang multikultural sehingga mampu menyatukan seluruh keberagaman di tanah air meskipun dalam ranah politik.

Kata kunci: Politik identitas, keberagaman, sudut pandang, multicultural

ABSTRACT

Political reality is a phenomenon that is unusual in the eyes of the public and even the people are the object of political involvement in this country. Identity politics has become one of Indonesia's political arts that cannot be denied in reality. However, all these political problems can be examined from various perspectives where each element is ambitious for political interests which is the main goal and one of them is identity politics in its essence, Indonesia which is rich in physical and non-physical diversity makes it a unifying tool for this country, but every political camp implements it in identity politics by intimidating a race or another therefore, the author analyzes a solution with a multicultural campaign system so as to be able to unite all diversity in the country even in the political sphere.

Keyword: identity politics, diversity, viewpoint, multicultural

A. Pendahuluan

Dalam kehidupan kita sehari-hari istilah “politik” sudah tidak begitu asing, karena segala



sesuatu yang dilakukan atas dasar kepentingan kelompok atau kekuasaan sering kali diatas namakan dengan lebel politik. Pengangkatan atau pencopotan seorang pejabat kepala kantor misalnya, kadang dilakukan atas pertimbangan politik. Konflik yang terjadi dengan memicu pertarungan antara etnis atau agama, juga disebutkan karena /politik.

Komunikasi politik, menurut Dahlan (1999) ialah suatu bidang atau suatu disiplin yang menelaah perilaku dan kegiatan komunikasi yang bersifat politik, mempunyai akibat politik, atau berpengaruh terhadap perilaku politik. Maka komunikasi politik dapat diartikan sebagai suatu proses komunikasi yang memiliki implikasi atau konsekuensi terhadap aktivitas politik.

Realita politik dalam fenomena pesta politik di Indonesia sangat kental dengan menggunakan strategi politik identitas yang sering diterapkan dalam kampanye atau pemasaran dan komunikasi politik untuk tujuan meraup suara pemilih yang banyak.

Politik Identitas di Indonesia, 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).

Di Indonesia politik identitas lebih terkait dengan masalah etnisitas, agama, ideologi, dan kepentingan-kepentingan lokal yang diwakili pada umumnya oleh para elit dengan artikulasinya masing-masing. Gerakan pemekaran daerah dapat dipandang sebagai salah satu wujud dari politik identitas itu. Isu-isu tentang keadilan dan pembangunan daerah menjadi sangat sentral dalam wacana politik mereka, tetapi apakah semuanya sejati atau lebih banyak dipengaruhi oleh ambisi para elit lokal untuk tampil sebagai pemimpin, merupakan masalah yang tidak selalu mudah dijelaskan.

Dalam Pancasila Negara Republik Indonesia yang berkaitan dengan isu politik identitas tertera dalam sila ke-2 yang berbunyi "Kemanusiaan yang Adil dan Beradab" serta sila ke-3 yang berbunyi "Persatuan Indonesia" dalam artian bahwa penggunaan politik identitas yang mana politik identitas itu sendiri merupakan salah satu strategi politik yang mana memungkinkan meraup suara banyak tetapi dengan menggunakan strategi pemasaran politik ini justru akan berdampak panjang yang bisa mengakibatkan retaknya persatuan antar warga Negara Indonesia yang mana terdiri dari banyak suku, ras, agama, dan etnis.



Menurut Komisioner Bawaslu Mochammad Afifuddin, aturan debat telah tertuang dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017. Salah satu pasalnya berbunyi tentang larangan penggunaan isu SARA dalam debat dan berkampanye.

Pertanyaannya kemudian adalah: apakah politik identitas ini akan membahayakan posisi nasionalisme dan pluralisme Indonesia di masa depan? Jika berbahaya, kira-kira dalam bentuk apa, dan bagaimana cara mengatasinya? Makalah ini akan mendiskusikannya lebih jauh. Tetapi sebelum pembicaraan menitik kepada permasalahan yang muncul di negeri kita, sebagai bahan perbandingan yang cukup relevan dengan situasi Indonesia, kita juga akan melihat berbagai tipe politik identitas di berbagai tempat dan di kalangan diaspora Muslim di Barat.

B. Pembahasan

1. Penerapan Strategi Politik Pemasaran Dan Komunikasi Politik Yang Sarat Dengan Politik Identitas

A. Propaganda Kelabu dan Propaganda Hitam

Propaganda berujuan untuk persuasi menarik perhatian masyarakat untuk mendapatkan suara. Sebenarnya propaganda kelabu dan propaganda hitam masing – masing berdiri sendiri. Propaganda kelabu dimaksudkan ialah propaganda yang dilakukan oleh kelompok yang tidak jelas, biasanya ditujukan untuk mengacaukan pikiran orang lain, seperti adu domba, intrik, dan gosip. Lalu untuk propaganda hitam, ialah propaganda yang menyebarkan informasi palsu untuk menjatuhkan moral lawan, tidak mengenal etika dan cenderung berpikir sepihak, lalu kaitannya dengan penerapan politik identitas dalam kedua jenis propaganda ini, bahwa dalam propaganda kelabu dan propaganda hitam dimana seringkali para pelaku politik ini menggunakan perbedaan etnis yang mana politisi ini menumpang etnis yang masanya lebih banyak untuk menjatuhkan lawan politiknya yang juga entis minoritas, dibenturkan dan di adu domba dengan cara fitnah dan diskriminasi.

Contoh kasus yang terjadi dimana pada pilkada gubernur DKI Jakarta tahun 2017 yang mana terdapat 3 (tiga) pasangan calon terdiri dari pasangan Basuki Tjahaja Purnama-Djarot Saiful Hidayat, Agus Harimurti-Sylviana Murni serta Anies Baswedan- Sandiaga Salahudin Uno. Disini yang menjadi korban atas politik identitas adalah Basuku Tjahaja Purnam (Ahok) yang beliau adalah keturunan tionghoa dan beragama nasrani yang mana etnis dan agama



tersbut menjadi minoritas di Indonesia.

Saat Ahok menjabat menjadi wakil dan gubernur DKI Jakarta juga banyak diserang oleh kelompok-kelompok tertentu yang mengatasnamakan islam untuk 12 mendiskreditkan Ahok yang keturunan tionghoa ini melanggar Undang Undang Nomor 7 Tahun 2017 pasal 280 tentang pemilu bahwa dalam etika kampanye ini dilarang untuk yang di larang menyinggung SARA.

B. Memberi julukan (name caling)

Cara ini digunakan untuk menjelek-jelekan seseorang dengan memberi gelaran yang lucu atau sinis sehingga orang yang dipengaruhinya benar-benar yakin. Dan contoh konkrit di Indonesia ketika pada pelaksanaan pilkada DKI Jakarta tahun 2017 yang mana Ahok kala itu dicap atau dijuluki penista agama karena kasus tentang Al-Maidah ayat 51, sehingga publikpun terpengaruhi bahwa Ahok ini seorang penista agama, sehingga para keturunan etnis tionghoa pun ikut terimbas efeknya membuat kondisi kala itu semakin kurang stabil

C. Gemerlap (gliterring generalities)

Ialah teknik politik yang menggunakan kata-kata bombastis sehingga orang tanpa sadar mengikuinya. Lalu yang terjadi di Indonesia terjadi pada era Jokowi yang sering pada saat itu pengajian yang sebenarnya bertujuan kampanye menyebutkan bahwa, “jangan pilih pemimpin yang zalim, seperti Jokowi” atau “Jokowi tidak cinta ulama”.

D. Pengalihan (Transfer)

Ialah teknik yang dilakukan dengan cara pengalihan pada objek lain. Misalnya dalam realita permainan politik identitas di Indonesia adalah menjelang pemilu tahun 2019 sering sekali pengajian yang pada akhirnya adalah kampanye yang notabene tidak boleh dilakukan secara etik oleh ustad atau pengisi acara pengajian yang bersangkutan.

E. Pengakuan (testimonial)

Ialah teknik pengakuan dalam berkampanye yang memakai nama orang-orang terkenal, meskipun terkadang yang bersangkutan tidak mendukung dan tidak pernah ada kata-kata untuk mendukung, terjadi dalam contoh seperti saat Jokowi dan Prabowo berkunjung ke tokoh masyarakat dan pemuka agama meskipun terkadang tokoh yang bersangkutan tidak ada



kata-kata langsung bahwa beliau mendukung.

F. Flain Folks

Ialah teknik berkampanye untuk menumbuhkan rasa curiga yang penuh emosi. Misalnya yang dilakukan oleh kubu Prabowo dalam pilpres tahun 2014 terhadap Jokowi bahwa Jokowi adalah antek PKI (Partai Komunis Indonesia) dan sangat anti islam sedangkan yang dilakukan kubu Jokowi pada pilpres tahun 2019 juga melakukan hal serupa pada kubu Prabowo yang menyebutkan bahwa Prabowo ke-islamannya dipertanyakan.

2. Penerapan multicultural campaign system untuk pemasaran komunikasi politik tanpapolitik identitas.

A. Pesan Kampanye *reward appeal, motivational appeal.*

- *Reward appeal*

Yang dimaksudkan dalam reward appeal ialah cara penyusunan pesan kampanye yang berisi janji-jani kepada rakyat. Misalnya janji naik haji bagi petani yang sukses atau pemberian beasiswa bagi anak yang berasal dari keluarga yang kurang mampu. Disini dalam berkampanye yang dilakukan politisi harus yang bias menggugah masyarakat berkenaan dengan pembangunan fisik dan pembangunan non-fisik jadi tidak ada embel-embel menyinggung etnis atau agama. Menurut Heilman dan Gerbner (1975) dalam risetnya menemukan bahwa khalayak cenderung menerima pesan atau ide yang penuh janji-janji dan positivism dari pada pesan yang penuh ancaman.

- *Motivational Appeal*

Ialah teknik penyusunan pesan yang dibuat bukan hanya karena janji-janji, tapi disusun untuk menimbulkan internal psikologis khalayak, sehingga mereka dapat mengikuti pesan- pesan yang disampaikan itu. Dalam konteks komunikasi politik, slogan-slogan yang dibuat oleh tim kampanye dapat digolongkan sebagai pesan-pesan yang mengandung motivasi baik kepada tim sukses maupun kepada calon pemilih. jadi disini para politisi menampilkan segi prestasi dan harapan perubahan yang diberikan sehingga isu-isu politik etnis dan agama tidak berkembang dalam pesta demokrasi dan membawa kampanye yang membawa perubahan yang positif.



B. Propaganda Putih

Propaganda putih ialah propaganda yang menyebarkan informasi atau statmen dengan menyebutkan sumbernya. Disini propaganda putih berperan dalam menangkal isu-isu politik mengenai agama dan etnis yang telah tersebar dalam masyarakat. Untuk menangkal perlu adanya “keterbukaan Informasi” dengan media masa, tetapi jika hal tersebut tidak bisa dilakukan dapat ditempuh dengan cara rapat pertemuan (meeting) untuk mengklarifikasi isu atau desa- desus yang beredar tersebut. Hal ini Sesuai dengan pasal 280 ayat 1 huruf b dan c Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang pemilu dalam propaganda tidak boleh menyinggung etnis, suku, ras, dan agama.

C. Penuntutan media yang netral

Media memang menjadikan para politisi sebagai pembuat berita (newsmaker). Melalui media mereka mengenal wajah dan latar belakang calon. Rebecca (1979) menemukan bahwa liputan yang dilakukan secara terus menerus oleh media cukup akurat untuk meningkatkan pemilih pada calon.

Dalam pasal 287 ayat (5) Undang – undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang pemilu, media tidak boleh menguntungkan dan merugikan salah satu peserta pemilu. Disini diupayakan media dituntut untuk senetral mungkin dalam suatu pesta demokrasi yang mana 16 menyampaikan visi-misi masing-masing calon dan berupaya untuk meredam penyebaran berita hoax yang berkembang terutama hoax yang menyangkut politik identitas.

D. Kapabilitas Individu (pemilihan kaderisasi partai politik) dengan menunjukkan kepribadian dan hubungan kemanusiaan /*personality* dan *Human Relations*)

Mendapatkan kader partai politik yang memiliki kapabilitas untuk dijadikan atau dicalonkan maju dalam eksekutif atau legislatif harus memperhatikan beberapa faktor agar juga menekan praktik politik identitas di Indonesia, salah satu faktornya adalah kaderisasi yang memiliki kepribadian dan hubungan kemanusiaan (*personality* dan *human relations*).

Disini peran kaderisasi partai sangat penting untuk pemenuhan faktor ini, tapi tidak terlepas dari faktor yang lain, disini partai dalam kaderisasi memilih bakal calon yang memiliki rasa kemanusiaan yang tinggi, dengan ini akan mengurangi praktik-praktik politik identitas di Indonesia karena pemimpin yang ideal adalah



pemimpin yang bias merangkul semua etnis,suku, dan bangsa

E. Etika Politik dan Kampanye

Etika diartikan sebagai ajaran tentang nilai-nilai moral menyangkut perilaku manusia. Disini permasalahan politik identitas dalam kampanye dan komunikasi politik dapat dicegah dengan kesadaran moral dan tata cara yang berlaku tentang etika politik.

Menurut Haryatmoko (2003), ada tiga faktor perlunya etika politik ditegakan yakni:

- a. Betapapun kasar dan tidak santunnya suatu politik, tindakannya tetap membutuhkan legitimasi. Legitimasi tindakan ini mau tidak mau harus merujuk pada norma-norma moral, nilai-nilai hukum atau peraturan perundangan.
- b. Etika politik berbicara dari sisi korban. Politik yang kasar dan tidak adil mengakibatkan jatuhnya korban. Korban akan membangkitkan simpati dan reaksi indignation (terusik dan protes terhadap ketidakadilan). Keberpihakan kepada korban yang teraniaya tidak akan menoleransi politik yang kasar. Jeritan korban adalah berita duka bagi etika politik.
- c. Peraturan kekuasaan dan konflik kepentingan yang berlarut-larut akan membangkitkan kesadaran tentang perlunya penyelesaian yang mendesak dan hasil penyelesaian semacam ini tidak akan terwujud bila tidak mengacu pada etika politik.

Tujuan etika politik ialah mengarahkan kepada kehidupan yang lebih baik, bersama dan untuk orang lain dalam rangka memperluas lingkup kebebasan dan membangun institusi-institusi yang adil. Dengan etika politik praktik-praktik politik identitas dapat dicegah, jangan sampai timbulnya korban dari praktik politik identitas dan mengurangi keadilan dan hak asasi manusia, karena dalam pesta demokrasi dibutuhkan pemimpin yang adil yang bisa merangkul semua etnis,suku,dan agama bangsa Indonesia.

Lebih jauh Borrong (sura pembaharuan, etika kampanye) menyatakan bahwa untuk penegakan etika dalam setiap kampanye politik diperlukan acuan sebagai prinsip dasar yang harus ditaati oleh setiap partai politik peserta pemilu, yakni:



- a. Perlu adanya keadaran peserta atau pelaku kampanye untuk bisa membedakan apa yang baik dan apa yang tidak baik, apa yang patut dan apa yang tidak patut.
- b. Adanya kesadaran moral para pelaku kampanye untuk mengatakan dan melakukan apa yang baik dan apa yang patut, serta menolak yang tidak patut dan benar ke muka publik.
- c. Adanya kejujuran
- d. Adanya sopan santun (etiket) yang perlu diperhatikan karena menunjukkan kedewasaan para pelaku kampanye, dan menjadi menakar bobot dari pemilu itu sendiri.
- e. Adanya pertanggungjawaban secara transparan baik dalam bentuk sumber dan penggunaan permulaan kampanye.
- f. Adanya kedamaian, tidak boleh mengganggu jalannya roda kegiatan masyarakat.
- g. Adanya ketertiban, untuk itu para peserta kampanye harus bisa dikendalikan, tertib dan tidak menimbulkan keributan.

C. Simpulan

Bahwa pada saat ini kita tengah berada di masa politisasi identitas dimana jenis politik ini menjadi alat politik suatu kelompok, etnis, suku, budaya, agama maupun yang lainnya yaitu untuk tujuan tertentu. Misalnya menjadi alat suatu kelompok untuk melawan kelompok lainnya atau untuk menunjukkan jati diri dari suatu kelompok. Identitas di politisasi melalui interpretasi secara ekstrim yang bertujuan untuk mendapatkan dukungan yang merasa sama baik secara ras, agama, suku, budaya maupun perekat lainnya.

Jenis politik ini tidak cocok diterapkan di negara Indonesia karena politik ini lebih mengedepankan kepentingan suatu kelompok di mana kelompok mayoritaslah yang akan berkuasa dan hal ini tidak selaras dengan keadaan rakyat Indonesia yang berasal dari berbagai elemen dan latar belakang yang berbeda-beda

Disini penulis ingin memberikan solusi dengan cara penerapan sistem politik multikultural dimana sistem politik ini dapat dipahami sebagai idea atau gagasan yang menghasilkan aliran yang berpandangan bahwa terdapat variasi budaya terhadap masyarakat,



perbedaan tersebut perlu di akui. Dalam sejarahnya, bangsa Indonesia berdiri kokoh karena ditopang oleh berbagai perbedaan, dengan demikian perbedaan-perbedaan yang ada pada suku, ras, agama, budaya, dan golongan atau kergaman lainnya menjadi tugas bangsa Indonesia untuk menjaga kesatuan dari berbagai perbedaan-perbedaan tersebut. Oleh karena itu multikulturalisme menjadi niscaya bagi bangsa Indonesia.

D. Daftar Pustaka

Soekanto, Sarjono dan Mamudji, Sri, 2001, *Penelitian Hukum Normatif*, Jakarta: Rajawali Pers.

Sedarmayanti dan Hidayat, Syafrudin, 2002, *Metodologi Penelitian hkm.23*, Bandung: CV Mandar Maju.

Abdullah. "3 Pengertian Politik Identitas Dan Contohnya Menurut Ahli Lengkap."

<https://dosensosiologi.com/pengertian-politik-identitas-dan-contohnya-menurut-ahli-lengkap/>. Diakses 6 Februari 2018.