

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Pada bagian ini peneliti akan menjelaskan tentang perkembangan politik identitas di Indonesia. Praktik politik identitas juga akan di jabarkan termasuk yang dilakukan oleh Jokowi. Kemudian karena penelitian ini terkait dengan semiotika, maka peneliti bermaksud akan menguraikan bentuk, tanda, atau bahasa politik identitas. Selain itu, peneliti juga akan menyinggung sedikit tentang produser video dan sinopsis singkat tentang video “Kangen” produksi Muslim Millennial yang juga menjadi objek penelitian ini.

A. Dinamika Politik Identitas di Indonesia

Indonesia merupakan negara yang kaya akan ragam suku dan budaya. Sejak dibentuk menjadi sebuah bangsa yang baru pada tahun 1920-an, Indonesia sudah memiliki 17.000 pulau. Menurut data sensus BPS tahun 2010, Indonesia memiliki 1.340 kelompok etnik dan suku bangsa. Suku Jawa adalah kelompok terbesar di Indonesia dengan jumlah yang mencapai 41% dari total populasi. Selain itu, Indonesia juga memiliki 1211 bahasa yang terdaftar, dimana 1158 di antaranya adalah bahasa daerah. Tidak hanya itu, Mahkamah Konstitusi (MK) mengakui enam kepercayaan resmi yaitu, Islam, Katolik, Protestan, Hindu, Buddha, dan Kong Hu Cu agar tercantum di Kartu Tanda Penduduk masing-masing warga negara. Data-data tersebut menegaskan bahwa Indonesia adalah negara plural yang tidak bisa mengabaikan Identitas. Indonesia adalah identitas bahkan sebelum bangsa ini merdeka. Berkedok sumpah pemuda, identitas yang berbeda-beda itu melebur dalam semangat

nasioanlisme. Kesamaan nasib dan tujuan membuat identitas menjadi api yang mengobarkan semangat kemerdekaan. Meski usai kemerdekaan mulai timbul banyak kekhawatiran.

Menjalankan negara dengan banyak perbedaan tentu tidak mudah. Dalam bidang politik dan ketatanegaraan apalagi. Usai merdeka, orang pasti akan kembali bersama identitasnya masing-masing. Maka dalam perkara politik pun orang akan membawa identitas yang dimilikinya. Pada praktiknya politik identitas di Indonesia sudah berjalan sejak kemerdekaan. Sempat redup pada masa orde baru, namun timbul kembali pada masa revolusi hingga sekarang.

Pada masa kemerdekaan, praktik politik identitas terlihat dari egoisme agama islam yang selalu menganggap semua yang terkait kenegaraan harus berdasar pada hukum islam. Misalnya pada saat rapat BPUK membahas hukum konstitusi, perwakilan dari Nahdatul Ulama yakni K. H Hasyim Ashari mengusulkan bahwa Presiden dan Wakil haruslah seorang muslim. Kemudian azas hukum Indonesia harusnya berlandaskan hukum islam. Usulan tersebut merupakan gambaran supremasi identitas yang dijunjung oleh agama islam, dan tentu saja usulan tersebut ditolak oleh kamu nasionalis termasuk Mohammad Hatta. Pada awal kemerdekaan, praktik politik identitas memang identic dengan agama. Kegiatan lobi-melobi para tokoh agama menjadi penting mengingat mereka memiliki massa pendukung yang banyak pada masa itu.

Pada era berikutnya yakni pada masa orde baru, politik idettas tidak memiliki ruang gerak. Soeharto selaku presiden pada masa itu menganggap bahwa politik identitas adalah ancaman yang dapat membubarkan NKRI. Oleh

karenanya segala bentuk kegiatan organisasi ditekan. Bahkan organisasi keagamaan pun juga diawasi secara ketat hingga tidak bisa melawan. Pada masa ini azas tunggal yang boleh digunakan adalah Pancasila.

Runtuhnya orde baru membawa angin segar bagi politik identitas. Lahirnya reformasi turut melahirkan pula organisasi-organisasi baru. Kebebasan pada masa ini memberikan ruang gerak yang leluasa bagi seluruh aliran dan identitas untuk berkelompok. Beberapa organisasi konservatif seperti HTI dan FPI pun lahir. Selain itu banyak partai berbasis identitas mulai lahir. Sebut saja partai berbasis keagamaan seperti Partai Nahdatul Ulama dan PPP, partai golongan etnis seperti Partai Tionghoa Indonesia (PARTI), dan partai atas dasar gender yakni Partai Perhimpunan Indonesia (Habibi, 2017). Masa awal reformasi adalah kemerdekaan dan kebebasan bagi politik identitas. Kebahagiaan itu berlangsung hingga saat ini.

Panggung politik 2016 adalah awal politik identitas mulai mengkhawatirkan. Bukan karena akan memecah belah bangsa namun karena asumsi tirani. Kisah kekalahan Ahok pada putaran kedua pemilihan Gubernur Jakarta adalah kisah politik identitas yang melegenda, sekaligus menjadi titik kebangkitan politik identitas. Dituduh melakukan penistaan agama, Ahok pun dipidanakan. Berbagai organisasi masyarakat islam yang diinisiasi oleh FPI pun tidak terima dengan penistaan yang dilakukan oleh Ahok. Kemarahan itu pun akhirnya melahirkan aksi 212 yang berbuntut panjang pada aksi bela islam lainnya.

Usai kasus Ahok selesai, datang Jokowi dengan membawa peraturan pembubaran HTI sebagai salah satu organisasi islam yang diakui di Indonesia. Keputusan ini pun menjadi polemik. Jokowi menjadi bulan-bulanan organisasi masyarakat karena keputusan yang dibuatnya. Kasus Jokowi ini pun berbuntut panjang pada pemilu 2019.

Terlibat dalam kasus agama membuat citra religious Jokowi pudar. Jika dinalar otomatis dia akan kehilangan banyak suara mayoritas meski pada kenyataannya kita tahu bahwa tidak semua orang islam oposisi terhadap Jokowi. Kekuatan islam memang terbelah pada masa Pemilu 2019. Mereka yang moderat cenderung merapat pada Jokowi, dan yang konservatif lebih paa ke Prabowo (Abdulsalam, 2018). Namun tetap saja Jokowi harus mencari senjata. Maka dipilihlah wakilnya yang sekarang. Dalam kontes pemilu 2019 ini, tidak hanya Jokowi yang menggunakan politik identitas sebagai tameng. Prabowo, lawan Jokowi dalam Pilpres 2019 juga menggunakan strategi yang sama. Bahkan Prabowo sangat amat dekat dengan kalangan islam konservatif yang bisa jadi menjadi oposisi Jokowi. Prabowo cukup dieluhkan dan disebut namanya dalam beberapa aksi, bahkan mereka mereka pun juga mengukung Prabowo sebagai presiden mendatang melalui nyanyian (Bayu, 2018).

Praktik politik identitas sudah menjadi langganan di Indonesia. Namun sayangnya hanya berkutat di bidang itu saja. Sebelumnya penulis ingin membuat *disclaimer* bahwa politik identitas ini menyangkut berbagai hal, tidak hanya agama, namun juga suku, ras, hingga jenis kelamin. Sayangnya yang kerap terjadi di Indonesia adalah politik identitas agama. Hal ini berhubungan

dengan konsep mayoritas dan minoritas agama yang ada di Indonesia. Di mana layaknya hutan rimba, bahwa mayoritas selalu memegang peran penting dalam menjalankan sebuah kekuasaan. Namun, tidak menutup kemungkinan bahwa beberapa bentuk politik identitas seperti Papua dan Aceh merupakan bentuk identitas Ras yang juga kerap dan belum selesai hingga sekarang. Namun, dalam lingkup politik dan kekuasaan, agama masih menjadi manufer identitas yang kuat untuk dikelola.

B. Simbol Identitas

Setiap orang memiliki definisi yang berbeda-beda terkait pengertian simbol. Jary and Jarry (1991) mendefisikan simbol sebagai: (1) *a sign, in which the connection between the meaning and the sign is conventional rather than natural*, (2) *an indirect representation of an underlying meaning, syndrome, etc, as for example in religious symbolism and ritual* (Solikhati, 2017, hal. 123). Berdasarkan definisi Jay and Jay simbol merupakan hubungan antara makna dan tanda yang bersifat konvensional. Pemakaannya tergantung pemakaian dan tempat di mana komunitas itu berkembang. Seringkali simbol bermakna konvensional sebab manusia memaknainya berdasarkan budaya mereka sendiri.

Simbol dapat berbentuk apa saja selagi hal tersebut memiliki makna. Dalam penelitian ini peneliti mengartikan simbol sebagai segala sesuatu yang berkaitan dengan komunikasi yang dilakukan oleh manusia. Segala pesan komunikasi yang dipertukarkan manusia baik dalam bentuk gambar, lambang, ucapan, tulisan, sikap, atribut, bahkan perilaku yang merepresentasikan aspek

kehidupan manusia adalah simbol. Hal ini sesuai dengan batasan simbol yang dibuat oleh Turner (1982) tentang simbol yang terdiri dari *object, activities, relationship, events, gestures, and spatial units* (Solikhati, 2017, hal. 125).

Pada konteks politik Indonesia, contoh sederhana simbol identitas biasanya tergambar melalui bendera partai. Pada partai nasionalis biasanya warna bendera mereka adalah merah karena merah memiliki makna berani. Kemudian pada partai berbasis Nahdatul Ulama, biasanya bendera mereka didominasi warna hijau dan ikon bulan bintang. Sedangkan partai demokrat yang nasionalis liberal biasanya menggunakan warna merah dan biru namun dominasi utama adalah biru. Warna bendera partai ini adalah representasi semangat para pengikut partai yang ada.

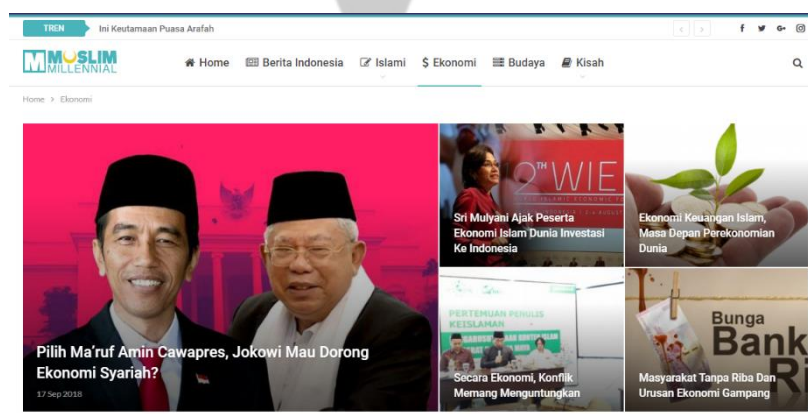
Pada penelitian ini, peneliti melihat politik identitas Jokowi berdasarkan pengertian simbol dari Turner. Bahwa segala kegiatan, hubungan, bahkan tindak-tanduk Jokowi yang membawa unsur identitas adalah bentuk politik identitas. Sejauh pengamatan peneliti dari sosial media dan pemberitaan yang ada, praktik politik identitas yang dilakukan Jokowi lebih pada politik identitas agama. Beberapa kali Jokowi mengagendakan kunjungan ke ulama-ulama islam, ini merupakan bahasa hubungan yang melambangkan gerakan politik identitas islam. Kemudian beberapa tindakannya seperti menjadi imam shalat dan merayakan hari besar islam juga merupakan bahasa politik identitas yang dilakukan dalam kegiatan. Sehingga dalam penelitian ini, bentuk politik identitas yang akan peneliti gali adalah segala bentuk kegiatan, hubungan, dan tindak tanduk dalam video yang mengisyaratkan sebuah politik identitas.

Asumsi peneliti, keberadaan Jokowi melalui Muslim Millennial dan gambaran kedekatan dua tokoh yang merepresentasikan Jokowi dan Ma'ruf dalam video pendek tersebut merupakan bentuk dari politik identitas. Maka, peneliti ingin melihat lebih banyak lagi dan menggali lebih dalam.

C. Muslim Millennial

Berdasarkan data yang didapat dari website www.muslim-millennial.com Muslim Millennial merupakan portal berita yang bergabung dengan dunia pemberitaan pada tanggal 1 Agustus, bertepatan dengan jelang berlangsungnya pesta demokrasi 2019. Menurut laman tersebut, portal Muslim Millennial mengklaim dirinya sendiri dikelola secara professional oleh jurnalis-jurnalis muda yang berpengalaman di berbagai media, baik online, televisi, cetak maupun radio. Dengan menjunjung nilai berita yang jujur, berimbang, dan independen, Muslim Millennial mencoba menjadikan dirinya beda dari media partisan politik atau bisnis lainnya. Dia mengklaim dirinya sebagai media yang bebas dan tidak terintervensi apapun (Muslim Millennial, 2018).

Gambar 2.1. Portal Website Muslim Millennial



Selain memiliki portal berita, Muslim Millennial ini juga memiliki beberapa kanal media sosial seperti *Instagram* (muslimillennial), *YouTube* (Muslim Millennial), dan *Facebook* (@muslimillennial). Media sosial tersebut berfungsi untuk mengintegrasikan pemberitaan yang ada di portal berita dengan media sosial. Namun setiap media sosial tidak difungsikan sama. Akun *YouTube* milik Muslim Millennial tidak diperuntukkan sebagai saluran berita. Hal ini terlihat dari konten yang disajikan dalam akun *YouTube* Muslim Millennial. Sejak bergabung sejak 14 Agustus 2018 hingga pertengahan September 2019, sudah terdapat tiga video sudah diunggah oleh akun tersebut.

Gambar 2.2. Lambang Muslim Millennial



Akun Muslim Millennial juga memiliki lambang seperti yang tertera di atas. Memiliki warna dasar hijau dan kuning, sama seperti warna salah satu kelompok keagamaan Indonesia. Menurut beberapa literature, seperti portal berita IAIN Surakarta, warna hijau dalam islam melambangkan warna surga yang penuh dengan suasana segar, tenang, senang, penuh kenikmatan dan ketenangan jiwa. Kemudian warna kuning dalam islam melambangkan api kecil. Sebab berasal dari pucuk api. Warna ini konon katanya merupakan warna yang tepat untuk melakukan ibadah di malam hari (Puspitasari, 2019).

Kemudian lambang bulan sabit yang dipilih sebagai pengganti huruf U dalam tulisan tersebut merupakan tanda untuk beribadah dan naik haji, seperti yang disebutkan dalam salah satu ayat Al Quran.

Kemudian dari segi font, tulisan Muslim Millennial lebih memilih menggunakan *sans serif* yang lebih minimalis dan sesuai dengan gaya millennial. Tidak hanya itu, pemilihan warna juga tidak kaku hijau dan kuning pada umumnya. Warna hijau dan kuning yang dipilih dikombinasikan sedemikian rupa dengan *tone warm* sehingga tercetuslah warna seperti yang ada pada logo.

D. Video Muslim Millennial

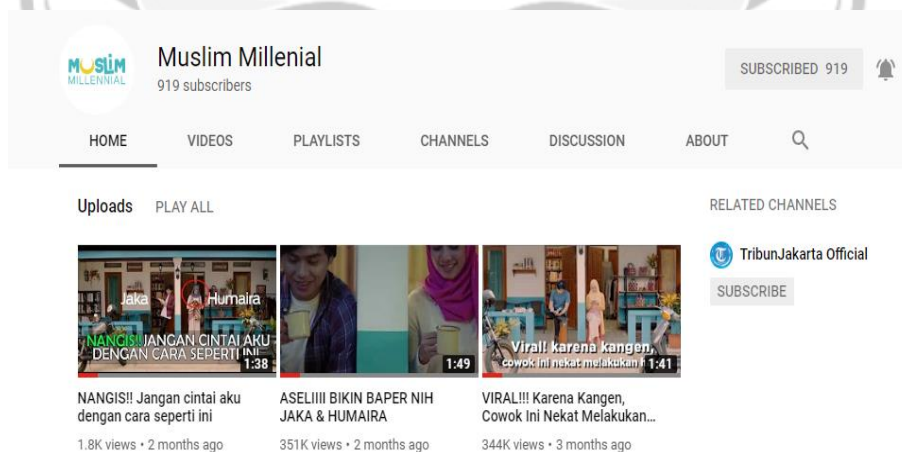
Ketiga video yang diunggah dalam akun *YouTube* tersebut merupakan video kampanye. Hal tersebut bisa dilihat dari hastag yang dibubuhkan dalam setiap unggahan. Dilihat dari konten yang disajikan, ketiga video tersebut dengan lugas berbicara tentang politik dan pemilu yang akan datang. Segala bentuk konten dan isinya dikemas dalam bentuk yang cukup menarik, yakni video berseri sehingga membuat terkecoh penonton. Menghadirkan tokoh Jaka dan Humaira, dua sejoli yang sedang dibuai cinta, video tersebut dikemas dalam cerita khas milenial muda yang manis. Tidak hanya bicara tentang cinta, video bertema politik tersebut pastinya juga berbicara seputar perpolitikan negeri ini, yang terdekat pastinya adalah tentang pemilu.

Video pertama berjudul “Kangen” menceritakan tentang bagaimana Humaira kangen dengan gaya berkampanye dan berpolitik yang damai. Kemudian video kedua berjudul “Cinta Adalah” yang menceritakan bagaimana

pandangan Cinta menurut Jaka dan Humaira, baik dari segi percintaan atau politik. Terakhir, video ketiga yang berjudul “Namanya Juga Usaha” yang menceritakan tentang bagaimana usaha Jaka untuk mendapatkan Humaira yang di bandingkan dengan bagaimana Jokowi dan Sandiaga Uno berusaha sebagai pemimpin dan juga sebagai pengusaha.

Ketiga video tersebut cukup menarik dan sudah mendapatkan banyak perhatian dari penontonnya. Hal tersebut dilihat dari jumlah *viewers*, *likers*, dan komentar yang ada. Sejak dirilis hingga sekarang (28 Februari, 2019) ketiga video tersebut sudah dilihat oleh 300 ribu orang. Selain itu, rata rata dari setiap video juga mendapatkan 100 like dan puluhan komentar.

Gambar 2.3 Video Produksi Muslim Millenial



E. Sinopsis Video “Kangen”

Berdasarkan ketiga video yang telah diproduksi, video yang menjadi objek dari penelitian ini adalah video yang berjudul “Kangen”. Video tersebut menceritakan bagaimana sikap generasi muda Indonesia terhadap serangkaian

aktifitas jelang pemilu 2019. Politik, utamanya pemilu merupakan sebuah topik umum saat ini, siapapun berhak mengkonsumsinya. Konsumsi politik dalam video tersebut diwujudkan dalam sosok pemuda Indonesia, yakni Jaka dan Humaira.

Kangen dalam video tersebut tidak diisyaratkan dalam konteks percintaan, melainkan politik. Dalam video tersebut diceritakan bagaimana rindunya Humaira terhadap kampanye yang damai. Humaira, sebagai tokoh utama dalam video tersebut, mengklaim bahwa kampanye yang ada jelang pemilu sarat akan isu negatif, terlebih ditambah dengan kehadiran media sosial. Keberadaan media sosial, disinyalir Humaira sebagai salah satu faktor pemicu meningkatnya kampanye negatif. Melihat maraknya penyebaran kampanye negatif melalui media sosial, maka segera Humaira mengajak Jaka untuk berbuat sportif dengan melakukan kampanye yang lebih baik. Salah satunya adalah dengan tidak saling menjatuhkan dan pamer prestasi.

Diselingi dengan dialog dan adegan manis percintaan remaja, video kampanye politik tersebut lebih terasa menarik dan terkesan ringan untuk dikonsumsi oleh siapa saja. Tidak seperti video kampanye pada umumnya yang menggebu-gebu dan sarat akan pamer, dalam video ini kecenderungan dukungan disematkan secara halus dalam bentuk dialog dan pertanda lainnya.

Selain itu, dilihat dari jumlah *like*, *viewers*, dan komentar, sejak diunggah hingga sekarang, video tersebut sudah dilihat oleh 344 ribu penonton. Sebanyak 127 orang menyukai dan 11 orang memberikan komentar kepada video tersebut di akun Muslim Millennial. Sementara di akun lain yang

mengunggah video tersebut (akun iNFO), sebanyak 13.200 orang menonton, 252 menyukai, dan 28 orang memberikan komentar. Hal itu menunjukkan ketertarikan akan video tersebut. Namun usai perhelatan akbar pemilu 2019 lalu, ketiga video yang ada dalam Muslim Millennial sudah dihapus. Bahkan pada 30 November 2019, peneliti kembali melakukan recheck akun tersebut. Ternyata setelah dicek, akun Muslim Millennials bahkan sudah tidak tersedia di *YouTube*.

Gambar 2.4. Komentar di video “Kangen”

