

**Tanggapan Generasi Muda Etnis Tionghoa terhadap Implementasi Strategi  
Kampanye Calon Legislatif dari Etnis Tionghoa dalam Pemilu 2014**

**Hilda Virgiani / F. Anita Herawati**

Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta,  
Jl. Babarsari No 6 Yogyakarta 55281

Abstrak

Dewasa ini, etnis Tionghoa mulai banyak masuk dalam dunia politik. Hal ini menjadi menarik karena beberapa tahun silam terjadi sebuah tragedi 1998 yang merugikan masyarakat etnis Tionghoa hingga membuat masyarakat etnis Tionghoa anti dalam dunia politik. Tanggapan masyarakat etnis Tionghoa terhadap kampanye dalam dunia politik menjadi penting karenanya. Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui tanggapan generasi muda etnis Tionghoa terhadap implementasi strategi kampanye calon legislative dari etnis Tionghoa dalam pemilu 2014. Penelitian ini menggunakan model komunikasi Lasswell yang menjadi dasar teori, kemudian dikaitkan tanggapan komunikasi yakni dengan teori efek komunikasi di mana ada tiga komponen kognitif, afektif dan konatif. Tanggapan tersebut mengarah pada komponen implementasi strategi kampanye yakni fokus tujuan, sasaran komunikasi serta cara-cara untuk

mencapai tujuan. Semua hal itu dikaitkan dengan ciri-ciri kelompok minoritas, prasangka dan stereotip.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Jumlah informan yang digunakan yaitu tujuh, meliputi tiga calon legislatif etnis Tionghoa dan empat generasi muda etnis Tionghoa yang memiliki jenis kelamin berbeda di masing-masing daerah pemilihan.

Generasi muda etnis Tionghoa rata-rata tidak menyukai politik, sehingga untuk mengakses informasi pun tidak tertarik. Generasi muda etnis Tionghoa tidak menyukai politik karena sejarah tragedi 1998 yang pernah dialami oleh kerabat, pengalaman diskriminasi, serta banyaknya masalah yang muncul dalam dunia politik.

Generasi muda tidak banyak mengetahui implementasi strategi kampanye caleg etnis Tionghoa karena selain tidak suka dengan politik, ternyata caleg etnis Tionghoa itu sendiri tidak memiliki segmen yang ditujukan kepada generasi muda.

Kata Kunci : Tanggapan generasi muda etnis Tionghoa, implementasi strategi kampanye, calon legislatif etnis Tionghoa.

## 1. Latar Belakang

Pada tahun 2014 ini, sejumlah media telah diramaikan dengan adanya kampanye calon legislatif. Tahun ini merupakan tahun penentuan bagi Indonesia karena adanya pemilihan para calon legislatif dari berbagai partai politik sebab berbagai calon legislatif pun tidak ketinggalan untuk ikut serta dalam kemeriahan tahun 2014 ini.

Kampanye yang dilakukan oleh calon legislatif tersebut terkait dengan adanya kegiatan pemilu. Menurut Firmanzah, pemilu adalah suatu proses sosial yang melibatkan hampir semua unsur yang terdapat di suatu negara (Firmanzah, 2007:23). Lalu dalam bukunya ia berpendapat pula apabila suatu tindakan pemilu tersebut tidak berjalan lancar, maka konsekuensinya akan mencakup dalam beberapa hal mulai dari sisi politik, ekonomi, sosial-budaya, stabilitas hingga ke masalah konflik, perpecahan serta disintegrasi bangsa dan negara. Kegagalan-kegagalan pemilu juga terjadi di sejumlah negara, sehingga membuat suatu masalah baik secara vertikal maupun horisontal.

Calon legislatif rata-rata melakukan kampanye untuk meraih pilihan masyarakat. Kampanye tersebut dapat pula disisipkan berbagai pesan seperti yang ada di dalam sebuah iklan. Pesan-pesan tersebut biasanya berupa visi, misi dan janji-janji yang akan dilakukan oleh calon legislatif.

Seluruh masyarakat Indonesia mampu menjadi calon legislatif apabila memenuhi persyaratan. Seperti yang telah diketahui bahwa Indonesia adalah negara majemuk. Hal tersebut dapat dilihat dari slogan negara Indonesia “Bhineka

Tunggal Ika” yang berarti berbeda-beda namun tetap satu jua. Indonesia memiliki warga yang terdiri dari berbagai agama, ras dan suku. Menurut data yang diunggah pada sebuah jurnal mengenai etnis Tionghoa mengatakan bahwa etnis Tionghoa merupakan kelompok etnis minoritas di Indonesia (Suryadinata, 2003:3). Hal ini dapat diketahui melalui data statistik yang menyatakan bahwa pada tahun 2000 jumlah etnis Tionghoa di Indonesia sekitar tiga juta orang yakni sekitar 1,5% (Suryadinata, dkk, 2003). Data tersebut jelas menunjukkan bahwa masyarakat etnis Tionghoa di Indonesia merupakan sebuah kelompok etnis minoritas.

Berbicara mengenai masyarakat etnis Tionghoa, dalam penelitian ini penulis hendak membuat rujukan spesifik pada kalangan generasi muda etnis Tionghoa di Indonesia tentang tanggapan mereka terhadap kampanye calon legislatif dari etnis Tionghoa. Kategori di sini muda berdasarkan pada pernyataan Nommy Horas Thombang Siahaan yang menyatakan bahwa tolok ukur yang biasa digunakan untuk menentukan umur muda ialah 30 tahun ke bawah (Siahaan, 2004:116). Ungkapan ini dikuatkan dengan adanya pernyataan pada berita di beritasatu.com yang menyatakan bahwa menurut Yayasan Perspektif Baru (YPB), pada pemilu 2014 diperkirakan jumlah pemilih muda atau yang berumur antara 17-29 tahun mencapai 53 juta orang dari total 170 juta masyarakat yang memiliki hak pilih (<http://www.beritasatu.com>). Tanggapan generasi muda dirasa penting untuk diketahui mengenai implementasi strategi kampanye calon legislatif. Selain

itu, masih banyak kontroversi yang terjadi dalam dunia politik mengenai etnis Tionghoa seperti contoh yang ditemukan di bawah ini.

**Cina Kristen Pimpin Ibu Kota, Aib Besar Bagi Bangsa**

Sabtu, 08/09/2012 12:06:07 | Dibaca: 76888



0 0 0

Facebook Twitter +1

Gambar 1 :Berita Mengenai Suku, Ras dan Agama di Suara Islam.com  
Sumber :<http://www.suara-islam.com/read/index/5330/Cina-Kristen-Pimpin-Ibu-Kota--Aib-Besar-Bagi-Bangsa->

Permasalahan yang ada dalam penelitian yang hendak dilakukan berikut bukan masalah apa saja tanggapan masyarakat pribumi mengenai pemimpin etnis Tionghoa khususnya generasi muda, melainkan tanggapan generasi muda etnis Tionghoa dalam memilih pemimpinnya (para calon legislatif) yang dilihat melalui kampanye-kampanye yang dilakukan oleh para calon legislatif tersebut. Permasalahan ini diangkat karena sebagian besar yang muncul di media adalah tanggapan-tanggapan masyarakat pribumi mengenai pemimpin yang berasal dari etnis Tionghoa, sehingga hal ini perlu untuk diketahui atau diteliti.

## 2. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui tanggapan generasi muda etnis Tionghoa terhadap implementasi strategi kampanye calon legislatif dari etnis Tionghoa dalam pemilu 2014.

## 3. Hasil dan Analisis

Tanggapan responden yakni generasi muda etnis Tionghoa dalam penelitian ini memiliki tiga poin. Tiga poin tersebut ialah kognitif/pengetahuan, afektif/emosional dan konatif/perilaku. Pembahasan yang berangkat dari tiga poin tersebut akan dikaitkan dengan komponen-komponen implementasi strategi kampanye serta hasil dari wawancara dengan calon legislatif dan generasi muda. Pembahasan yakni sebagai berikut ini.

### a) Kognitif

#### i. Caleg etnis Tionghoa

Generasi muda tidak terlalu *aware* dengan keberadaan caleg meskipun caleg tersebut sesama etnis Tionghoa. Generasi muda juga kebanyakan tidak mengetahui nama para caleg tersebut. Hal ini terbukti dari keempat informan hanya satu orang informan yang mengetahui nama caleg secara singkat saja seperti yang telah dipaparkan di bahasan sebelumnya.

ii. Slogan, visi-misi dan rancangan program

Generasi muda tidak *aware* dengan slogan, visi-misi dan rancangan program caleg. Hal ini mungkin dikarenakan ketidaktertarikan informan dengan politik. Keempat informan tersebut tidak suka dengan politik karena beberapa hal seperti faktor sejarah kerusuhan, faktor diskriminasi, tidak aktif dalam organisasi masyarakat dan memang tidak mengerti tentang politik. Ini terbukti dari penjelasan yang diungkapkannya sewaktu wawancara mendalam.

iii. Kampanye caleg

Pada kampanye yang dilakukan oleh caleg etnis Tionghoa, ternyata masih banyak generasi muda yang tidak mengetahuinya. Seorang informan mengetahui akan adanya beberapa bentuk promosi caleg tersebut karena caleg tersebut melakukan sosialisasi ke rumahnya.

b) Afektif

i. Slogan, visi-misi dan rancangan program

Generasi muda menyukai slogan, visi-misi dan rancangan program caleg, namun sebagian besar menyatakan bahwa hal tersebut biasanya merupakan janji yang belum tentu ditepati. Tanggapan mereka tersebut dibangun karena adanya caleg-caleg yang sebelumnya ketika terpilih tidak mewujudkan segala janji yang diucapkan semasa kampanye.

ii. Kampanye caleg

Generasi muda menyukai kampanye yang dilakukan oleh caleg tersebut, hal ini dikarenakan kampanye yang dilakukan berjalan dengan damai. Generasi muda menyatakan bahwa tidak setuju akan adanya kampanye dengan menggunakan motor di jalanan, sebab hal tersebut membahayakan pengguna jalan dan membuat suatu kegaduhan.

iii. Segmentasi kampanye caleg dan kampanye caleg terhadap generasi muda

Generasi muda beranggapan bahwa para caleg tersebut sudah cukup merambah ke lapisan masyarakat, namun menurut beberapa informan segmentasi dalam kampanye tersebut masih kurang tegas dan kurang jelas dalam tindakannya. Beberapa informan menyatakan justru segmentasi yang paling penting ialah kampanye yang ditujukan kepada rakyat kecil yang benar-benar membutuhkan dan juga kampanye yang ditujukan kepada pemilih pemula. Menurut para informan generasi muda, perlu adanya dilakukan kampanye kepada generasi muda sebab generasi muda adalah tempat untuk memulai memajukan bangsa, selain itu pemilih pemula yang benar-benar baru pertama kali hendak melakukan pemilu akan lebih tertarik dan mau menerima informasi dari kampanye caleg.

c) Konatif

i. Kampanye caleg

Generasi muda rata-rata mau mendukung kampanye caleg, namun tidak semua mau ikut serta terjun mendukung kampanye caleg. Hal ini dikarenakan alasan utama yang telah dijelaskan sebelumnya yakni generasi muda tidak suka dengan politik, khususnya etnis Tionghoa. Meskipun demikian, beberapa informan bersedia apabila diminta untuk membantu kampanye caleg, namun belum tentu memilih sebab salah seorang informan mengatakan bahwa partai politik sangat mempengaruhi dalam pemilu.

d) Minoritas

i. Caleg etnis Tionghoa

Tidak semua generasi muda etnis Tionghoa mengutamakan hal kesesamaan etnis untuk memilih seorang caleg. Beberapa dari informan menyatakan bahwa etnis tidak menjadi pembeda dalam pemilu, namun partai politik, visi-misi dan rancangan program adalah hal yang utama untuk dipertimbangkan. Selain itu, beberapa informan yang lain juga menyatakan bahwa etnis Tionghoa menjadi penting karena menurut beberapa informan hal tersebut membuat dirinya lebih nyaman dan terbuka mengenai etnis Tionghoa. Persamaan etnis Tionghoa menjadi suatu kenyamanan bagi beberapa informan.

#### 4. Kesimpulan

Kesimpulan dari tanggapan kognitif/pengetahuan generasi muda etnis Tionghoa terhadap implementasi strategi kampanye calon legislatif dari etnis Tionghoa adalah

- a) Generasi muda etnis Tionghoa di Surakarta belum banyak mengetahui tentang implementasi strategi kampanye caleg etnis Tionghoa karena generasi muda etnis Tionghoa di Surakarta, rata-rata tidak menyukai politik, sehingga tidak tertarik untuk mengetahui kegiatan caleg etnis Tionghoa tersebut. Generasi muda etnis Tionghoa tersebut tidak tertarik dengan politik dikarenakan faktor sejarah yang merugikan kelompok etnis Tionghoa pada tahun 1998, diskriminasi kelompok minoritas etnis Tionghoa, masalah yang terlalu banyak di dalam dunia politik serta janji yang tidak pernah ditepati oleh pejabat-pejabat sebelumnya.
- b) Penggunaan media kampanye melalui *door to door* ternyata dapat sampai ke segmen generasi muda. Hal ini terbukti dari adanya informan yang mengetahui nama caleg melalui orang serumah. Selain itu, penggunaan poster foto yang ditempel di bawah pohon juga membuat generasi muda mengetahui keberadaan caleg etnis Tionghoa dan partainya.
- c) Caleg etnis Tionghoa di Surakarta belum banyak melakukan kampanye yang ditujukan kepada generasi muda, khususnya etnis Tionghoa.

Kesimpulan dari tanggapan afektif/emosional generasi muda etnis Tionghoa terhadap implementasi strategi kampanye calon legislatif dari etnis Tionghoa adalah:

- a) Generasi muda etnis Tionghoa menyukai implementasi strategi kampanye yang berjalan dengan damai dan tidak membuat kegaduhan di jalan.
- b) Implementasi strategi kampanye dengan *money politic* dianggap generasi muda etnis Tionghoa sebagai sesuatu yang biasa dan memang harus dilakukan untuk memenangkan kursi, sehingga mampu menjalankan janji-janji untuk menyejahterakan rakyat.
- c) Generasi muda etnis Tionghoa tidak menyukai rancangan program yang masih berkaitan dengan kepentingan pribadi caleg.
- d) Generasi muda etnis Tionghoa belum dapat menanggapi sebelum penulis memberitahu mengenai implementasi strategi kampanye caleg etnis Tionghoa, dikarenakan generasi muda etnis Tionghoa tidak menyukai politik.

Kesimpulan dari tanggapan konatif/perilaku generasi muda etnis Tionghoa terhadap implementasi strategi kampanye calon legislatif dari etnis Tionghoa adalah:

- a) Generasi muda etnis Tionghoa di Surakarta bersedia untuk mendukung dan ikut serta dalam kegiatan kampanye caleg etnis Tionghoa, dengan syarat kegiatan masih berhubungan dengan bidang pendidikan.

- b) Ada pula generasi muda etnis Tionghoa di Surakarta yang bersedia mendukung namun tidak bersedia ikut serta dalam kegiatan kampanye caleg etnis Tionghoa, dengan alasan tidak suka dengan hal politik.
- c) Generasi muda etnis Tionghoa di Surakarta tidak dapat ikut mendukung dan ikut serta dalam kegiatan kampanye caleg karena belum ada caleg yang mengadakan acara kampanye bersama generasi muda.

Kesimpulan dari tanggapan generasi muda etnis Tionghoa terhadap etnisitas caleg, yakni sebagai berikut:

- a) Jika ada dua orang caleg yang memiliki kualitas sama bagus, namun satu etnis Tionghoa dan yang satunya lagi bukan Tionghoa maka generasi muda etnis Tionghoa lebih memilih caleg dari etnis Tionghoa karena merasa memiliki persamaan dan lebih terbuka dengan sesama etnis Tionghoa.
- b) Jika ada dua orang caleg, satu memiliki kualitas bagus namun bukan Tionghoa dan satunya lagi memiliki kualitas kurang bagus namun etnis Tionghoa, maka generasi muda etnis Tionghoa lebih memilih yang memiliki kualitas bagus namun bukan Tionghoa karena kualitas seorang caleg lebih penting daripada perbedaan etnisitas.

## 5. Daftar Pustaka

### Buku:

Firmanzah. 2007. *Marketing Politik*. Jakarta: Buku Obor.

Siahaan, N.H.T. 2004. *Hukum Lingkungan dan Ekologi Pembangunan*. Jakarta: Erlangga.

Suryadinata, Leo. 2010. *Etnis Tionghoa dan Nasionalisme Indonesia: Sebuah Bunga Rampai 1965-2008*. Jakarta: Buku Kompas.

Turner, Lynn H., dan West, Richard. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi*. Edisi Ketiga: *Analisis dan Aplikasi*. Buku 1. Jakarta: Salemba.

### Website:

Islam, Suara. 2012. Suara Islam's website (online) dan tersedia di World Wide Web: <<http://www.suara-islam.com/read/index/5330/Cina-Kristen-Pimpin-Ibu-Kota--Aib-Besar-Bagi-Bangsa->>

Satu, Berita. 2014. Beritasatu's website (online) dan tersedia di World Wide Web: <<http://www.beritasatu.com/lingkungan/168515-suara-pemilih-muda-tentukan-kelestarian-hutan-indonesia.html>>