

BAB 2

STUDI PUSTAKA, KERANGKA TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan serta menjadi bahan acuan dalam penulisan draf proposal skripsi penulis.

Penelitian pertama berjudul **“Dampak Politik Identitas pada Pilpres 2019: Perspektif Populisme”**. Pada jurnal tersebut yang ditulis oleh Aryojati Ardipandanto diterangkan bahwa populisme serta politik identitas digunakan oleh pendukung dari kubu 01 maupun 02.

Meskipun porsi lebih banyak penggunaannya dilakukan oleh kubu 02, tetapi kubu 01 merasa perlu melakukan sesuatu untuk membalas apa yang dilontarkan pendukung lawannya itu dan akhirnya setelah pemilihan KH. Ma'ruf Amin menjadi calon wakil daripada Jokowi, perang politik identitas serta populisme di tengah masyarakat pun terbentuk dengan sendirinya dan hal tersebut terus terjadi bahkan setelah pelaksanaan pemilu itu selesai.

Penelitian Kedua berjudul **“Politik Identitas dalam Pemilu 2019: Proyeksi dan Efektivitas”**. Jurnal yang ditulis oleh Arya Fernandes ini menjelaskan serta menjabarkan data-data mengenai efektivitas dari aksi 212. Menurut data yang dijabarkan ternyata aksi 212 tidak mempengaruhi elektabilitas suara dari masing-masing pasangan calon. Faktor pertama, aksi 212 tidak berpengaruh langsung terhadap kenaikan atau penurunan perolehan suara pasangan calon.

Faktor kedua, pendukung dan massa aksi 212 ternyata memiliki porsi yang terdistribusi baik Jokowi maupun Prabowo. Faktor ketiga, partai yang terkait erat dengan gerakan 212 tidak mendapatkan insentif politik yang besar pasca Pilkada DKI Jakarta. Pada jurnal ini dijelaskan bahwa politik identitas tidak memiliki pengaruh yang kuat, dikarenakan pertama, pemilihan

legislatif dengan pemilihan presiden yang dilakukan bersamaan sehingga membuat isu-isu yang terpecah belah/bereda-beda.

Kedua bergesernya isu-isu menjelang pemilhan dari identitas agama islam bkerubah menjadi isu ekonomi dan pembangunan. Jurnal yang dibuat oleh Juhana Nasrudin tersebut menjelaskan tentang bagaimana persaingan yang tinggi antara Anies-Sandi dengan Ahok-Djarot pada Pilkada DKI Jakarta khususnya putaran kedua. Sentimen-sentimen agama serta etnis muncul ke permukaan.

Penelitian Ketiga berjudul **“Ujaran Kebencian, Hoax dan Perilaku Memilih (Studi Kasus pada Pemilih Presiden 2019 di Indonesia) dalam Jurnal Penelitian Politik, Vol 16 No. 2., Desember 2019. Evaluasi Pemilu Serentak 2019”**. Jurnal penelitian yang ditulis oleh Ferdinand Eskor Tiar Sirait ini menunjukkan tentang kampanye hitam yang dilakukan selama Pemilu 2019 menyerang baik Jokowi-Amin maupun Prabowo-Sandi dengan menggunakan media-media *mainstream* (arus utama) maupun media sosial.

Penelitian Keempat berjudul **“Factsheet: Mengelola Politik Identitas dalam Pemilu 2019”**. Jurnal riset yang dibuat oleh Puskapol UI ini menunjukkan dengan jelas bahwa Pilpres 2019 mengkapitalisasi berbagai isu-isu identitas, terutama isu agama untuk meraih suara pemilih, menyerang kubu lawan, membingkai isu, ataupun menggiring opini.

Minimnya kampanye programatik serta masa kampanye yang cukup panjang membuat politisasi politik identitas menjadi pilihan strategi yang efektif untuk meraih suara. Menurut penelitian ini, ada tiga tren yang muncul selama masa kampanye pilpres 2019, pertama: narasi politik identitas—terutama agama—yang dikapitalisasi pada Pilpres 2019 sebagian besar merupakan residu dari pertarungan Pilkada DKI Jakarta 2017.

Kedua: politisasi isu identitas pada Pilpres 2019 menguat cenderung karena Pilpres 2019 adalah pertandingan ulang dari Pilpres 2014. Ketiga: isu identitas digunakan sebagai strategi struktural terutama untuk memenangkan kampanye daring dan perang siber antara kedua kubu. Peran buzzer dalam mengkampanyekan pasangan calon juga meningkat, hal tersebut seiring juga dengan berkembangnya penggunaan media sosial.

Penelitian kelima berjudul **“Politik Identitas dan Mitos Pemilih Rasional”**. Jurnal yang ditulis oleh Burhanuddin Muhtadi, dosen FISIP UIN Syarif Hidayatullah dan juga Direktur Indikator Politik Indonesia ini membahas mengenai masalah faktor pemilih pada Pilkada DKI Jakarta 2017 lalu. Propaganda agama dan etnis menjadi bahannya utama untuk menggoreng isu guna meraih perolehan suara yang banyak.

Penelitian keenam berjudul **“Politik Identitas dalam Pilkada DKI Jakarta Tahun 2017: Perspektif Pemikiran Politik Nurcholish Madjid”**. Jurnal yang ditulis oleh Idzam Fautanu, Buhori M, dan Heri Gunawan ini menjelaskan tentang arti serta makna kemenangan Islam dari sudut pandang salah satu tokoh Islam yaitu Nurcholish Madjid atau yang biasa disapa Cak Nur.

| No | Nama | Judul | Fokus | Lokus | Hasil | Perbedaan |
|----|-----------------------|--|-----------|---------|---|---|
| 1. | Aryojati Ardipandanto | Dampak Politik Identitas pada Pilpres 2019: Perspektif Populisme | Populisme | Jakarta | Dampak berbahaya populisme “kebablasan” yang terjadi pada pilpres 2019 yaitu mengabaikan heterogenitas masyarakat, merebaknya hoax, fitnah, | Teori yang penulis gunakan menggunakan teori Politik Identitas. |

| | | | | | | |
|----|-----------------------------|---|----------------------------------|---|--|---|
| | | | | | diberita-berita, sehingga menimbulkan perpecahan. | |
| 2. | Arya Fernandes | Politik Identitas dalam Pemilu 2019: Proyeksi dan Efektivitas | Politik Identitas pasca aksi 212 | DKI Jakarta | Lemahnya efek dari aksi 212 dan politik identitas dikarenakan isu yang bergeser menjadi isu sosial dan ekonomi. | Peneliti tidak membahas detail terkait efek dari 212. |
| 3. | Ferdinand Eskol Tiar Sirait | Ujaran Kebencian, Hoax, dan Perilaku Memilih (Studi Kasus Pemilihan Presiden 2019 di Indonesia) dalam Jurnal Riset Politik, Vol 16 No.2, Desember 2019. Evaluasi Pemilu Serentak 2019 | Kampanye Negatif, Kampanye Hitam | Nangroe Aceh Darussalam, Sumatera Barat, Nusa Tenggara Barat, Jawa Barat, Banten, Sulawesi Selatan, Provinsi Papua, Papua Barat, Nusa Tenggara Timur (NTT), dan Bali. | Kampanye negatif/kampanye hitam seperti ujaran kebencian dan berita bohong menyerang melalui media mainstream, maupun media sosial kepada semua pasangan calon presiden/wakil presiden 2019. | Peneliti tidak menggunakan sumber-sumber berbentuk grafik, melainkan lebih kepada penjelasan narasumber dan beberapa jurnal. Lokus peneliti adalah DKI Jakarta. |

| | | | | | | |
|----|---------------------------------------|--|-----------------------------------|-------------|--|---|
| 4. | Puskapol UI | Factsheet: Mengelola Politik Identitas pada Pemilu 2019 | Politik Identitas | DKI Jakarta | Munculnya buzzer dalam media sosial membuat hoax dan ujaran kebencian merebak semakin masif. | Peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk menjelaskan keterlibatan buzzer pada Pemilihan Gubernur DKI Jakarta 2017. |
| 5. | Burhanuddin Muhtadi | Politik Identitas dan Mitos Pemilih Rasional | Politik Identitas | DKI Jakarta | Agama & Etnis menjadi alat propaganda Pilkada DKI Jakarta. | Peneliti tidak menggunakan grafik/kuantitatif melainkan menggunakan kualitatif deskriptif. |
| 6. | Idzam Fautanu, Buhori M, Heri Gunawan | Politik Identitas dalam Pilkada DKI Jakarta Tahun 2017: Perspektif Pemikiran Politik Nurcholish Madjid | Politik Identitas, Politik Islam. | DKI Jakarta | Menjelaskan tentang perilaku politik identitas yang terjadi pada masyarakat DKI Jakarta dari sudut pandang Nurcholish Madjid atau sering disapa Cak Nur. | Peneliti tidak membahas dalam terkait dengan pemikiran Nurcholish Madjid maupun menggunakan metode dan teori islam. |

Tabel 2.2.1 Penelitian Terdahulu

2.2 Kerangka Teori

2.2.1 Politik Identitas

Istilah politik identitas dalam penggunaan secara umum mengacu pada kecenderungan orang berbagi identitas ras, agama, etnis, sosial, atau budaya tertentu untuk membentuk aliansi politik yang eksklusif, daripada terlibat dalam politik partai tradisional yang berbasis luas, atau mempromosikan kepentingan kelompok tertentu tanpa memperhatikan kepentingan kelompok politik yang lebih besar.¹

Sebagaimana dikemukakan Joseph Klein², politik identitas adalah kecenderungan orang-orang dari ras, agama, jenis kelamin, atau etnis tersebut tanpa kepedulian atau perhatian pada atau kelompok kolektif yang lebih besar. Menurut Richard Thomson Ford³, masalah politik identitas sebenarnya bukan hal yang baru sebab semua politik melibatkan unsur identitas dan semua identitas bersifat politik. Akan tetapi, ketika kita menggunakan frasa “politik identitas” (*politics of identity* atau *identity politics*) tentu mengacu pada sesuatu yang lebih spesifik atau bermakna khusus.

Politik identitas menunjukkan orientasi politik yang dibangun di sekitar identitas sosial (yang sudah ada sebelumnya). Dengan kata lain, identitas sudah ada pada diri seseorang sebelum masuk ke arena, proses, atau aktivitas politik. Menurut Vasikili Neofostistos, politik identitas, juga biasa disebut sebagai politik berbasis identitas (*identity-based-politics*), merupakan frasa yang banyak digunakan dalam ilmu sosial dan humaniora. Istilah ini digunakan untuk menggambarkan penyebaran kategori identitas sebagai alat untuk membingkai klaim-klaim

¹ Bakry, *Multikulturalisme & Politik Identitas Dalam Teori dan Praktik*, Depok: Rajawali Pers, 2020, hlm. 158

² *Ibid.*

³ *Ibid.*

politik, mempromosikan politik-politik, atau merangsang dan mengorientasikan Tindakan sosial dan politik.

Semua ini dilakukan biasanya dalam konteks ketidaksetaraan (*inequality*) atau ketidakadilan (*injustice*) yang lebih besar dan dengan tujuan menegaskan keunikan dan kepemilikan kelompok dan memperoleh kekuasaan dan pengakuan dari kelompok lain (yang lebih mapan). Pandangan Vasikili Neofotistos⁴ tersebut didukung pendapat Calrissa Rile Hayward dan Ron Watson yang menegaskan bahwa politik identitas adalah politik dimana ketika orang-orang terlibat, bergerak, mendefinisikan pengalaman mereka, masalah politik mereka, dan tujuan mereka berdasarkan kebaikan kelompok identitas.

Dalam pemikiran L.A. Kauffman⁵, politik identitas mengungkapkan prinsip bahwa identitas (baik itu identitas individu maupun kolektif) harus menjadi pusat bagi visi serta praktik politik radikal. Politik identitas menyiratkan tidak cuma pengorganisasian sekitar identitas bersama, seperti misalnya gerakan nasionalis klasik telah dilakukan. Politik identitas juga mengekspresikan keyakinan bahwa identitas itu sendiri—yang merupakan penjabaran, ekspresi, atau penegasan—adalah dan harus menjadi fokus mendasar pekerjaan politik.

Senada dengan Kauffman⁶, pakar Nancy Whittier juga menegaskan bahwa politik identitas mengacu pada pengorganisasian di sekitar pengalaman atau perspektif spesifik kelompok tertentu dan pengorganisasian yang memiliki visabilitas identitas sebagai tujuan. Politik identitas, sejak awal, bergulat dengan pertanyaan tentang perbedaan antar kelompok dan kesamaan di dalam setiap kelompok identitas. Sementara itu, menurut Jason Ramon⁷ politik identitas hampir selau terkait

⁴ *Ibid.* hlm. 160

⁵ *Ibid.* hlm. 163

⁶ *Ibid.*

⁷ *Ibid.*

dengan afiliasi ke suatu kelompok dan menjelaskan cara-cara di mana menjadi anggota kelompok tertentu dapat mengekspresikan pendapat dan sikap politik tertentu.

Identitas politik sering mengacu pada afiliasi atau identitas partisan partai politik tertentu. Namun, bagi Ramon, identitas politik juga bisa dibentuk oleh ras. Faktor lain yang dapat membentuk identitas politik adalah kelas ekonomi. Kepentingan, pandangan, dan prospek hidup masyarakat seringkali dikondisikan oleh keadaan ekonomi mereka.⁸ Politik identitas dapat diartikan sebagai strategi dan kontestasi simbol-simbol budaya primordial (agama, suku, ras, golongan) dalam memperebutkan siapa mendapat apa, kapan, dan bagaimana.

Agnes Haller mengatakan politik identitas secara sederhana dapat diartikan sebagai strategi politik yang berfokus pada pembedaan dan pemanfaatan ikatan primordial sebagai kategori utama.⁹ Menurutnya, politik identitas dapat menimbulkan toleransi dan kebebasan, namun di sisi lain, politik identitas juga menciptakan pola intoleransi, kekerasan verbal-fisik, dan juga konflik etnis dalam kehidupan.¹⁰

2.2.2 Kampanye Politik

Kampanye politik menurut Kotler dan Roberto dalam Cangara yaitu: “*Campaign is an organized effort conducted by one group (the change agent) which intends to persuade others (the target adopters), to accept, modify, or abandon certain ideas, attitudes, practices and behavior.*” Kampanye adalah suatu usaha yang diorganisasi oleh satu kelompok (agen perubahan) yang

⁸ Bakry, *opcit.* hlm. 159-164

⁹ Rozi, *Politik Identitas: Masalah dan Paradigma Solusi Etnis versus Indonesia di Aceh, Riau, Bali, dan Papua.* Jakarta: Bumi Aksara, 2019, hlm. 1

¹⁰ *Ibid*

ditujukan untuk memersuasi target sasaran agar bisa menerima, memodifikasi, atau membuang ide, sikap, dan perilaku tertentu.¹¹

Usaha-usaha kelompok agen perubahan yang dimaksud Kotler dan Roberto di atas dapat berupa peristiwa yang didramatisasi. Ini yang membuat Richard A. Joslyn dalam Cangara mengibaratkan kampanye politik tidak ada bedanya dengan adegan drama yang dipentaskan para aktor-aktor politik.¹² Kualitas hasil perubahan yang telah diusahakan dalam kampanye politik sangat tergantung pada seberapa rasional pertimbangan yang dijadikan dasar oleh khalayak dalam menentukan pilihan.

Kampanye secara sederhana dapat digambarkan sebagai usaha memengaruhi khalayak sedemikian rupa, sehingga khalayak akan membuat pertimbangan mengenai hasrat, kebutuhan, serta selera politik mereka untuk dijadikan dasar memilih atau mengubah pilihan atas kandidat partai politik peserta pemilihan umum yang mereka sukai dalam memilih.¹³ Kampanye politik juga merupakan tindakan politik yang lebih analog dengan menjajakan produk politik yang sudah siap konsumsi dan harus dijual kepada khalayak calon pemilih dengan segala risiko yang mungkin terjadi seperti tidak diminati oleh khalayak calon pemilih.

Kampanye politik bersifat *product-based* atau *product-driven*. Kampanye politik dilaksanakan ketika jadwal pemilihan umum telah ditetapkan serta kandidat telah ditentukan dan disahkan keikutsertaannya sebagai kontestan pemilihan umum.¹⁴ Dalam praktiknya, strategi dari penyusunan pesan dalam kampanye politik sangat tergantung dari rancangan peran *spin doctor*.

¹¹ Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014 hlm. 229

¹² *Ibid.* hlm.230

¹³ Sayuti, *Komunikasi Pemasaran Politik*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014, hlm. 104.

¹⁴ *Ibid.*, hlm.104.

Spin doctor atau dalam istilah lain *public relation politic* (PR politik) bertugas membangun citra kandidat yang diusung dan memberi kesan negatif saingannya. PR politik adalah individu yang memiliki kemampuan menguasai publik, menggerakkan massa, dan menguasai media sekaligus sebagai konseptor politik yang bertujuan memengaruhi.¹⁵ Di Indonesia, *spin doctor* atau yang biasa juga disebut sebagai manajer kampanye adalah orang yang menentukan pengarahannya opini publik dalam pencitraan kandidat.

Ia menggunakan semua jalur komunikasi untuk membangun citra politisi yang diusungnya dengan membentuk dan mengarahkan opini publik guna memenangkan pemilihan sekaligus memengaruhi publik agar tujuan yang mereka inginkan dapat tercapai. Dengan menggunakan media komunikasi dalam pembentukan opini publik, *spin doctor* merekayasa cara-cara pelaksanaan dalam kampanye menjadi bujukan.¹⁶

2.2.3 Buzzer

Istilah buzzer berasal dari Bahasa Inggris yang berarti lonceng, bel, atau alarm. Sedangkan dalam kamus Oxford, buzzer diartikan sebagai “*an electrical device that makes a buzzing noise and is used for signalling*” yaitu perangkat elektronik yang digunakan untuk menyembunyikan dengungan guna menyebarkan sinyal atau tanda tertentu. Buzzer ini awalnya dipergunakan untuk memasarkan suatu produk agar lebih dikenal oleh publik.¹⁷

Buzzer merupakan istilah umum dan salah satu aktor penting dalam dunia pemasaran digital. Dengan bertumbuhnya media sosial yang semakin pesat membuat wadah baru bagi kepentingan

¹⁵ Cangara, *Op.Cit.*, hlm.230

¹⁶ *Ibid*, hlm.232.

¹⁷ Mustika, “Pergeseran Peran Buzzer Ke Dunia Politik Di Media Sosial”, *Jurnal Diakom / Vol.2, Desember 2019*, hlm. 152

ekonomis maupun politis.¹⁸ Indonesia menempati urutan keempat negara dengan pengguna Facebook¹⁹ terbanyak dan peringkat keenam dengan penggunaan twitter terbanyak²⁰. Hal tersebut kemudian dimanfaatkan berbagai kalangan mulai dari industri periklanan maupun politik untuk memberikan pengaruh kepada masyarakat.

Seiring perkembangan media sosial, buzzer mulai direplikasikan dalam kontestasi politik di Indonesia. Buzzer muncul secara organik atau dikarenakan dorongan oleh keinginan pasar. Strategi yang dilakukan oleh buzzer dalam mengamplifikasi isu yaitu; pertama, berkicau dengan tagar unik dan membangun percakapan. Kedua, membuat atau memanfaatkan situs berita tertentu untuk meningkatkan kredibilitas konten.

Ketiga, memanfaatkan jaringan buzzer yang terhubung melalui aplikasi pesan seperti Whatsapp dan Telegram untuk menyebarkan konten.²¹ Buzzer tidak bekerja sendirian melainkan memiliki tim kerja yang sistematis, dengan bermodalkan laptop, notebook, gawai, dan jaringan internet yang memadai, buzzer bisa melakukan aksinya. Seringkali buzzer melakukan aksinya dengan membuat sebuah tagar untuk bisa memberikan citra baik terhadap salah satu tokoh politik atau suatu partai.

Dalam kontestasi politik, buzzer seringkali muncul menjelang Pemilu, Pilkada, maupun Pileg, isu-isu yang dibuat biasanya mengenai isu agama, SARA, HAM, maupun permasalahan

¹⁸ Puskapol UI, "Factsheet: Mengelola Politik Identitas Dalam Pemilu 2019", *UI – Center for Political Studies*, hlm. 3

¹⁹ Efendi, "10 Negara Dengan Pengguna Facebook Terbanyak", <https://www.it-jurnal.com/10-negara-dengan-pengguna-facebook-terbanyak/>, diakses pada 12/12/2022

²⁰ Dihni, "Inilah 10 Negara Dengan Pengguna Twitter Terbanyak, Ada Indonesia?", <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/04/inilah-10-negara-dengan-pengguna-twitter-terbanyak-ada-indonesia>, diakses pada 12/12/2022

²¹ Puskapol UI, *Op.Cit.*, hlm. 3

sosial yang terjadi.²² Mereka akan memberikan citra *klien* nya menjadi sangat baik, memberikan potongan gambar atau video tentang kinerja sang politikus. Bahkan seringkali buzzer juga menjatuhkan lawan dari *klien* nya tersebut dengan cara memberikan gambaran-gambaran buruk, editan foto-foto maupun potongan video yang menyerang secara kinerja maupun secara personal.

1.2.4 Elite Politik

Secara etimologis elite berasal dari bahasa latin yaitu *eligere* yang berarti memilih. Kata “elite” menunjuk pilihan; pilihan bangsa, budaya, kelompok, usia, dan orang-orang yang menduduki posisi yang lebih tinggi. Dengan kata lain, elite adalah sekelompok kecil orang dalam masyarakat yang memegang posisi dan peranan penting.

Elite politik merupakan individu yang menduduki posisi komando di lembaga utama dalam masyarakat. Elite politik dapat mengambil keputusan yang membawa konsekuensi yang dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat. Elite politik menunjukkan semua fungsi politik, monopoli kekuasaan, dan menikmati setiap keuntungan dari kekuasaan. Kekuasaan yang mereka miliki tidak berasal dari komunitasnya atau posisi ekonomi, tetapi dari organisasinya yang berhubungan dengan kekuasaan publik negara. Putnam mengartikan kekuasaan sebagai probabilitas untuk memengaruhi kebijaksanaan dan kegiatan negara atau probabilitas untuk memengaruhi alokasi nilai-nilai secara otoritatif.²³

Dalam kekuasaan politik, terdapat stratifikasi yang menggambarkan tingkat pengaruh seseorang dalam kekuasaan. Dalam hal itu, Putnam menggambarkannya dalam sebuah pyramid dengan stratifikasi teratas adalah kelompok pembuat keputusan, lapisan ini Sebagian besar terdiri

²² Robbani, dkk. “Komersialisasi Jasa Buzzer Twitter Menurut Undang-Undang ITE dan Hukum Islam”. *At-Tuhfah: Jurnal Studi Keislaman*, Vol.11, No.1, 2022. hlm. 28-30

²³ Chalik, *Pertarungan Elite Dalam Politik Lokal*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017, hlm. 43

dari orang-orang yang menduduki jabatan resmi utama. Lapisan kedua adalah kaum berpengaruh yaitu individu yang memiliki pengaruh tidak langsung atau implisit yang kuat, mereka adalah yang dimintai nasihat oleh pembuat keputusan untuk suatu kepentingan dan pendapatnya akan diperhitungkan oleh pembuat kebijakan.

Lapisan kedua terdiri dari para birokrat, tuan tanah, industrialis, bankir, pimpinan kelompok kepentingan, konsultan resmi dan tidak resmi. Lapisan ketiga terdiri dari warga negara yang mengambil bagian aktif dalam kehidupan politik dan pemerintah, contohnya ialah anggota partai, birokrat tingkat menengah, editor surat kabar atau para penulis. Lapisan ini disebut sebagai aktivis yang jumlahnya lebih banyak daripada kaum berpengaruh.

Lapisan keempat terdiri dari orang-orang yang menganggap kehidupan politik seperti tontonan yang sangat menarik. Orang-orang yang disebut dengan publik penikmat politik (*attentive public*) ini berbeda dengan sebagian besar warga negara akibat luar biasa besarnya perhatian yang mereka berikan terhadap masalah antara pemerintahan dengan masyarakat. Seperti mengetahui pemain terkemuka dalam permainan politik sekalipun tidak melihat “angka kemenangan” yang diperoleh masing-masing pemain, dan mereka hanya mendiskusikan jalannya permainan dan strateginya serta jarang sekali terjun ke lapangan.

Lapisan kelima adalah kaum pemilih (*voters*), dimana kaum ini memiliki satu sumber politik kolektif penting, yaitu jumlahnya sangat besar, tetapi sebagai individu mereka tidak memiliki pengaruh sama sekali. Dan lapisan keenam ialah mereka yang dalam pengertian politik sebagai objek politik dan bukan aktor melainkan non-partisan. Mereka tidak berafiliasi kepada siapapun dan juga tidak memiliki pengaruh politik.²⁴

²⁴ *Ibid.*

Menurut Aristoteles, elite adalah sejumlah kecil individu yang memikul semua atau hampir semua tanggung jawab kemasyarakatan. Definisi ini merupakan penegasan lebih lanjut dari pernyataan Plato tentang dalil inti teori demokrasi elitis klasik, bahwa setiap masyarakat terdapat minoritas yang membuat keputusan-keputusan besar.

Menurut Pareto, setiap masyarakat diperintah oleh sekelompok kecil orang yang mempunyai kualitas yang diperlukan dalam kehidupan sosial dan politik. Kelompok kecil itu disebut dengan elite yang berhasil menduduki jabatan tinggi dalam lapisan masyarakat. Pareto menegaskan bahwa elite berasal dari kelas yang sama, yaitu orang-orang kaya dan pandai yang mempunyai kelebihan dalam bidang ilmu pengetahuan maupun dalam berkehidupan sosial,²⁵ contohnya ialah pengacara, mekanik, maupun yang memiliki kelebihan di bidang matematika, bidang musik, maupun karakter moral.

Sebagai orang-orang yang terpilih, elite mempunyai posisi tertentu yang memberikan kekuasaan untuk menentukan dalam suatu proses pengambilan keputusan. Pareto menjelaskan bahwa elite dalam masyarakat berada pada lapisan atas yang terbagi menjadi elite yang memerintah (*governing elite*) dan elite yang tidak memerintah (*non governing elite*), sedangkan itu masyarakat tergolong dalam lapisan rendah (*non elite*). Dalam pengertian sosiologis dan politis, elite adalah *the ruling class*, yaitu suatu golongan yang memegang kekuasaan. Dengan kedudukannya tersebut, mereka dapat memengaruhi perkembangan masyarakat dalam hubungan yang bersifat timbal balik. Dapat dikatakan juga bahwa elite merupakan produk dari masyarakat itu sendiri.

²⁵ Mufti, *Teori-Teori Politik*, Bandung, CV Pustaka Setia, 2013, hlm. 69 - 71

Elite politik sendiri dibagi menjadi 2 (dua) bagian, di antaranya elite politik lokal dan elite non-politik lokal. Elite politik lokal adalah seseorang yang menduduki jabatan-jabatan politik (kekuasaan) di eksekutif dan legislatif yang dipilih melalui pemilihan umum dan dipilih dalam proses politik yang demokratis di tingkat lokal. Mereka menduduki jabatan politik tinggi di tingkat lokal yang membuat dan menjalankan kebijakan politik. Elite politik ini seperti gubernur, bupati, wali kota, ketua DPRD, dan pimpinan-pimpinan partai politik.²⁶

Sedangkan, elite non-politik lokal adalah seseorang yang menduduki jabatan-jabatan strategis dan mempunyai pengaruh untuk memerintah orang lain dalam lingkup masyarakat. Elite non-politik ini seperti elite keagamaan, organisasi kemasyarakatan, kepemudaan, profesi, dan lain sebagainya.²⁷

Pareto dan Mosca mendefinisikan elite sebagai kelas penguasa yang secara efektif memonopoli pos-pos kunci dalam masyarakat. Definisi ini kemudian didukung oleh Robert Michels yang berkeyakinan bahwa “hukum besi oligarki” tak terelakkan. Dalam organisasi apapun, selalu terdapat kelompok kecil yang kuat, dominan, dan mampu mendiktekan kepentingannya sendiri. Sebaliknya, Lasswell berpendapat bahwa elite sebenarnya bersifat pluralistik.

Mereka tersebar dan bukan merupakan sosok yang tanggal, orangnya sendiri berganti-ganti pada setiap tahapan fungsional dalam proses pembuatan keputusan dan perannya pun bisa naik turun tergantung situasinya. Bagi Lasswell, situasi itu yang lebih penting, dalam situasi peran elite tidak terlalu menonjol dan status elite bisa melekat kepada siapa saja yang kebetulan mempunyai peran penting.

²⁶ Varma, *Teori politik modern*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016, h.203.

²⁷ *Ibid.*

Pareto menyebutkan bahwa dalam masyarakat selalu terbetuk kelas yang terbagi menjadi kelas yang memerintah dengan jumlah yang kecil dan memegang semua fungsi politik, monopoli kekuasaan, dan mampu mencapai tujuan-tujuan keuntungannya dengan kekuasaan yang dimiliki, dan kelas yang diperintah dengan jumlah yang lebih besar, diatur, dan dikontrol oleh kelas yang memerintah.

Mosca menolak semua klasifikasi bentuk pemerintahan yang pernah ada seperti aristokrasi ataupun demokrasi dalam kondisi masyarakat apapun, baik pada masyarakat yang sudah maju maupun masyarakat yang kehidupan bernegaranya masih berkembang. Menurutnya, hanya ada satu macam bentuk pemerintahan yaitu oligarki. Namun, pemaparan yang dikemukakan oleh Pareto dan Mosca ini memiliki kelemahan terkait pemahaman elite karena tidak memerhatikan bidang interaksi lain dalam masyarakat, hal ini karena pada saat itu kedua pemikir ini melihat dominasi negara yang begitu kuat atas rakyat.

Menurut Karl Marx, elite dapat berubah melalui gerakan revolusi, ia kemudian membagi elite politik itu menjadi tiga, yaitu:

1. Metode Posisi

Elite politik adalah mereka yang menduduki posisi atau jabatan strategis dalam sistem politik. Jabatan strategis itu ialah yang dapat membuat keputusan serta kebijakan atas nama negara. Elite dalam lingkup ini berjumlah ratusan mencakup para pemegang jabatan tinggi dalam pemerintahan, partai politik, maupun kelompok kepentingan.

2. Metode Reputasi

Elite politik ditentukan berdasarkan reputasi dan kemampuan dalam memproses berbagai permasalahan dan kemudian dirumuskan menjadi keputusan politik yang berdampak pada kehidupan masyarakat.

3. Metode Pengaruh

Orang-orang yang memiliki pengaruh pada berbagai tingkatan kekuasaan. Orang-orang ini memiliki kemampuan dalam mengendalikan masyarakat sesuai kemampuan pengaruh yang dimiliki sehingga masyarakat secara spontan menaati para elite politik tersebut.

Menurut Keller, elite pada mulanya digunakan untuk membedakan minoritas-minoritas personal yang diangkat untuk melayani suatu kolektivitas dengan cara yang bernilai sosial yang pada gilirannya bertanggung jawab terhadap realisasi tujuan-tujuan sosial yang utama dan untuk kelanjutan tata sosial dengan mencakup penyertaan pada suatu proses sosial yang berlangsung dan sementara yang artinya tidak sama dengan mempertahankan hidup sehingga terdapat kemungkinan untuk tergantikan.

Dwayne Marvick memberikan pandangan yang lebih luwes terkait elite, menurutnya terdapat dua tradisi akademik tentang elite. Pertama, dalam tradisi yang lebih tua, elite diperlukan sebagai sosok khusus yang menjalankan misi historis, memenuhi kebutuhan mendesak, melahirkan bakat-bakat unggul atau menampilkan kualitas tersendiri. Elite dipandang sebagai kelompok pencipta tatanan yang kemudian dianut oleh semua pihak.

Kedua, dalam tradisi yang lebih baru, elite dilihat sebagai kelompok, baik kelompok yang menghimpun para petinggi pemerintahan maupun penguasa di berbagai sektor dan tempat. Pengertian elite dipadankan dengan pemimpin, pembuat keputusan, atau pihak berpengaruh yang selalu menjadi figure sentral. Field dan Higley menyederhanakan dengan mengemukakan bahwa elite merupakan orang-orang yang memiliki posisi kunci yang secara awam dipandang sebagai sebuah kelompok yang membuat kebijakan umum yang satu sama lain melakukan koordinasi untuk menonjolkan perannya.

Meski begitu, menurut Marvick²⁸, meskipun elite sering dipandang sebagai satu kelompok yang terpadu, tetapi sesungguhnya diantara anggota-anggota elite itu sendiri (terlebih dengan elite yang lain) seringkali bersaing dan berbeda kepentingan. Hal tersebut yang kerap kali terjadi dalam perebutan kekuasaan dalam sirkulasi elite.

Pemikir lain yang ikut mengklasifikasikan dan mendefinisikan elite adalah Robert Michels yang mengemukakan tentang “hukum besi oligarki”, yaitu kecenderungan dominasi (penguasaan) oleh sekelompok kecil orang (minoritas). Oligarki ini muncul dalam 4 dimensi politik, yaitu oligarki dari segi organisasi, oligarki dalam kepemimpinan, oligarki dalam konteks hubungan organisasi dengan rakyat, dan oligarki dalam kekuasaan pemerintahan.

Yang mendorong elite politik untuk memainkan peran aktif dalam politik ialah karena menurut mereka terdapat dorongan kemanusiaan yang tak dapat dihindarkan atau diabaikan untuk meraih kekuasaan. Menurut elite, politik merupakan permainan kekuasaan dan karena individu menerima keharusan untuk melakukan sosialisasi serta penanaman nilai-nilai guna menemukan ekspresi pencapaian kekuasaan tersebut maka upaya mereka pun dengan cara melakukan untuk memindahkan dari para elite dan kelompok kepada individu

Pandangan ilmuwan diatas menunjukkan bahwa elite memiliki pengaruh dalam proses pengambilan keputusan, pengaruh yang memiliki atau bersumber dari penghargaan masyarakat terhadap kelebihan elite yang dikatakan sebagai sumber kekuasaan. Menurut Miriam Budiarjo, sumber-sumber kekuasaan tersebut dapat berupa kedudukan, status kekayaan, kepercayaan, agama, kekerabatan, kepandaian, dan keterampilan. Pendapat senada juga diungkapkan oleh

²⁸ *Ibid.*

Charles F. Andrain yang menyebutnya sebagai sumber daya kekuasaan, yaitu sumber daya fisik, ekonomi, normative, personal, dan keahlian.²⁹

2.3 Kerangka Pemikiran

Pemilihan Umum (Pemilu) yang terjadi sejak tahun 2017 sampai 2019 memberikan pengaruh yang signifikan terhadap toleransi kehidupan masyarakat yang sangat beragam, hal itu dikarenakan penggunaan politisasi identitas agama yang disebabkan oleh pernyataan Ahok di Kepulauan Seribu mengenai Surat Al-Maidah ayat 51. Sehingga agama dipolitisasi sedemikian rupa agar memenangkan pihak-pihak yang sedang bertarung pada Pemilihan Gubernur DKI Jakarta 2017 silam.

Dengan keberhasilan penggunaan politisasi identitas agama pada kontestasi pemilihan kepala daerah di DKI Jakarta, banyak pihak-pihak yang tetap merawat politisasi identitas agama tersebut sehingga menimbulkan polarisasi ditengah masyarakat yang berujung kepada Pemilihan Presiden 2019. Identitas di politisasi sedemikian rupa sehingga tak jarang menimbulkan konflik baik antar masyarakat, para politisi, dan juga para kandidat yang bertarung. Kampanye-kampanye hitam dan negatif pun tak terelakkan, hal tersebut menjadi tontonan sehari-hari di media sosial.

Di pemilihan Presiden 2019, Identitas agama islam yang sangat kuat kembali digunakan dan mulai membentuk penggolongan-penggolongan antara 01 dengan 02. Meski memang pengaruh penggunaan identitas agama islam tersebut diwajarkan oleh masyarakat tetapi tetap saja hal tersebut menimbulkan perpecahan ditengah masyarakat yang beragam. Banyak pihak yang merasa paling “islamis” ketimbang yang lain yang mana hal itu justru menimbulkan kesan negatif serta memicu intoleransi.

²⁹ *Ibid.*

Pemilihan Gubernur DKI
Jakarta 2017



Ucapan Ahok pada saat
kunjungan ke Pulau Seribu
terkait Quran Surat Al-
Maidah ayat 51



Politisasi Identitas agama
Islam sampai Pemilihan
Presiden 2019

Gambar 2.3.1 Kerangka Pemikiran

