

ABSTRAK

Secara sosiologis, politik identitas tetap membentuk narasi politik Indonesia, dan hal ini terlihat pada Pilpres 2024 dan pilpres-pilpres sebelumnya. Secara sosiologis, politik identitas terus mempengaruhi narasi politik di Indonesia, terutama terlihat pada Pemilihan Presiden 2024 serta pemilihan-pemilihan sebelumnya. Meskipun kita kini hidup di era demokratisasi dan digitalisasi yang lebih terbuka, mentalitas dan karakter masyarakat Indonesia masih dipengaruhi oleh sentimen primordialisme dan sektarianisme, yang terus melekat dalam budaya bangsa yang modern ini..

Politik identitas merupakan sebuah sarana yang dimanfaatkan oleh berbagai kelompok untuk memperjuangkan kepentingan mereka dengan mengandalkan identitas tertentu, seperti etnis, budaya, atau agama. Tujuannya bermacam-macam, mulai dari perlawanan hingga upaya untuk menampilkan dan menguatkan identitas kelompok tersebut. Ketika sekelompok orang menghadapi intimidasi atau kriminalisasi, mereka sering kali memanfaatkan politik identitas untuk menggali dukungan dari masyarakat yang memiliki kesamaan identitas.

Munculnya fenomena Calon Presiden Anies Rasyid Baswedan dalam kontestasi Pilpres 2024 dapat dilihat dari perspektif tersebut. Anies sejak memenangkan kontestasi Pilgub DKI Jakarta 2017 yang dinilai sarat akan pertentangan SARA, selalu diframing dan selalu diidentikkan dengan praktek politik identitas, tentu saja dengan tujuan memberikan stigma negatif terhadap Anies.

Apakah Anies Baswedan menggunakan Politik identitas keagamaan sebagai strategi komunikasi politik untuk memenangkan kontestasi Pilpres 2024? Penelitian ini akan mengelaborasi tentang sejauhmana politik identitas keagamaan dijadikan sebagai strategi komunikasi politik oleh Capres Anies Rasyid Baswedan dalam kontestasi Pilpres 2024.

Dengan menerapkan metode penelitian kualitatif yang berfokus pada pendekatan fenomenologi, peneliti berhasil mengungkap berbagai temuan menarik di lapangan. Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa kesimpulan dapat diambil, yaitu: Pertama, Anies Rasyid Baswedan menggunakan politik identitas sebagai strategi komunikasi politik keagamaan di dalam menarik dukungan politiknya, melalui jargon perubahan sebagai antitesa dari keberlanjutan yang diusung oleh Prabowo-Gibran. Anies menggunakan elemen politik identitas dalam kampanye Pilpres 2024, terutama dalam konteks merangkul pemilih berdasarkan identitas agama dan etnis.

Kedua, Calon Presiden Anies Rasyid Baswedan menggunakan politik identitas karena mengalami penjejalan politik, diskriminasi bahkan kriminalisasi yang dilakukan oleh penguasa saat ini dan pihak-pihak yang tidak menghendaki Anies maju menjadi calon presiden.

Ketiga, Karakter pesan politik yang disampaikan Anies dalam kampanyenya lebih plural dimana dia tidak menyekat komunikasi politik hanya untuk pengurus partai pengusung saja namun untuk semua. Sehingga isu-isu yang dikumandangkan adalah isu tentang keadilan untuk semua, kesejahteraan untuk semua dan kesetaraan di depan hukum.

Kata kunci : Politik Identitas, Strategi, Komunikasi Politik, kontestasi, Pemilihan Presiden

ABSTRACT

Sociologically, identity politics continues to shape Indonesia's political narrative, and this can be seen in the 2024 Presidential Election and previous presidential elections. Sociologically, identity politics continues to influence the political narrative in Indonesia, especially seen in the 2024 Presidential Election and previous elections. Even though we now live in an era of more open democratization and digitalization, the mentality and character of the Indonesian people are still influenced by sentiments of primordialism and sectarianism, which continue to be embedded in the culture of this modern nation.

Identity politics is a means used by various groups to fight for their interests by relying on certain identities, such as ethnicity, culture, or religion. The goals vary, from resistance to efforts to display and strengthen the identity of the group. When a group of people face intimidation or criminalization, they often use identity politics to rally support from people who share the same identity.

The emergence of the phenomenon of Presidential Candidate Anies Rasyid Baswedan in the 2024 Presidential Election contest can be seen from this perspective. Since winning the 2017 Jakarta gubernatorial election, which was considered to be full of SARA conflicts, Anies has always been framed and identified with the practice of identity politics, of course with the aim of giving a negative stigma to Anies.

Does Anies Baswedan use religious identity politics as a political communication strategy to win the 2024 Presidential Election contest? This study will elaborate on the extent to which religious identity politics is used as a political communication strategy by Presidential Candidate Anies Rasyid Baswedan in the 2024 Presidential Election contest.

By applying a qualitative research method that focuses on a phenomenological approach, the researcher has succeeded in uncovering various interesting findings in the field. Based on the results of this study, several conclusions can be drawn, namely: First, Anies Rasyid Baswedan uses identity politics as a religious political communication strategy in attracting his political support, through the jargon of change as an antithesis to the continuity carried by Prabowo-Gibran. Anies uses elements of identity politics in the 2024 Presidential Election campaign, especially in the context of embracing voters based on religious and ethnic identities.

Second, Presidential Candidate Anies Rasyid Baswedan uses identity politics because he has experienced political obstruction, discrimination and even criminalization carried out by the current authorities and parties who do not want Anies to run as a presidential candidate.

Third, the character of the political message delivered by Anies in his campaign is more plural where he does not limit political communication only to the administrators of the supporting party but to all. So that the issues that are voiced are issues about justice for all, welfare for all and equality before the law.

Keywords: *Identity Politics, Strategy, Political Communication, contestation, Presidential Election*