



Politik Identitas dalam Iklan Politik pada Pemilihan Kepala Daerah Sumatera Utara 2018

Politics of Identity in Political Advertising in North Sumatra 2018 Election

Maghfira Faraidiany*, Heri Kusmanto & Warjio

Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, Indonesia

Diterima: Februari 2019; Disetujui: Juni 2019; Dipublish: Juni 2019.

Abstrak

Sehubungan dengan pemilihan umum, peran iklan politik menjadi sangat penting karena dianggap menjadi mesin politik bagi kandidat dalam upaya untuk menunjukkan eksistensi mereka dan upaya untuk menarik dan mendapatkan dukungan dalam masa kampanye. Penggunaan identitas dalam iklan politik digunakan untuk mempengaruhi pilihan politik pemilih. Pilkada Sumatera Utara 2018 diikuti oleh dua pasang kandidat yang memenuhi persyaratan dari KPU. Mereka adalah Edy Rahmayadi dan Musa Rajeck Shah yang akrab disapa Ijeck (Eramas) serta Djarot Saiful Hidayat dan Sihar Sitorus (Djoss). Kedua kandidat sama –sama memainkan isu identitas di dalam iklan politik mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan identitas apa saja yang digunakan didalam iklan politik para kandidat. Dari hasil penelitian juga dapat disimpulkan bahwa isu politik identitas masih dapat dilihat dari iklan kedua pasang kandidat dan mereka juga menggunakan isu identitas untuk menaikkan dukungan.

Kata Kunci: Politik Identitas, Pemilihan Gubernur Sumatera Utara 2018, Iklan Kampanye

Abstract

In connection with general elections, the role of political advertising is very important because it is considered to be a political engine for candidates in an effort to show their existence and efforts to attract and gain support during the campaign period. The use of identity in political advertising is used to influence voters' political choices. The 2018 North Sumatra regional election was attended by two pairs of candidates who met the requirements of the KPU. They are Edy Rahmayadi and Musa Rajeck Shah who are familiarly called Ijeck (Eramas) and Djarot Saiful Hidayat and Sihar Sitorus (Djoss). The two candidates played the issue of identity together in their political advertisements. This study aims to explain what identities are used in the candidates' political advertisements. From the results of the study it can also be concluded that the issue of identity politics can still be seen from the advertisements of both pairs of candidates and they also use identity issues to increase support.

Keywords: *Politics of Identity, Election of Governor of North Sumatra 2018, Campaign Advertising*

How to Cite: Faraidiany, M, Kusmanto, H. & Warjio. (2019). Politik Identitas dalam Iklan Politik pada Pemilihan Kepala Daerah Sumatera Utara 2018, *JUPIIS: Jurnal Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial*, 11 (1): 113-120

*Corresponding author:

E-mail:

ISSN 2085-482X (Print)

ISSN 2407-7429 (Online)

PENDAHULUAN

Wujud konflik antar identitas di ranah politik memang tidak terang-terangan ataupun selalu terbuka dan memakan korban jiwa tetapi sering kali dijadikan sebagai komoditas politik oleh para politisi. Mereka menggunakan identitas sebagai alat untuk mendapatkan dukungan suara yang menjadi prasyarat untuk meraih jabatan politik. Penggunaan identitas untuk memperoleh suara sangat fungsional sebab identitas memiliki segmen pasar tersendiri. Status sosial dan ekonomi, domisili, dan agama dipercaya menentukan pilihan partai politik atau kandidat para pemilih (Ambardi, 2011). Mereka cenderung memilih kandidat atau partai politik berdasarkan kesamaan identitas mereka. Di Sumatera Utara, Pilkada untuk memilih gubernur dan wakil gubernur digelar pada tahun 2018. Pilkada Sumatera Utara tahun 2018 diikuti oleh dua pasangan kandidat yang memenuhi syarat dari KPU. Mereka adalah Edy Rahmayadi dan Musa Rajek Shah yang sering disapa Ijeck (Eramas) dan Djarot Saiful Hidayat dan Sihar Sitorus (Djoss). Mereka sama-sama bersaing untuk mendapatkan kursi tertinggi di Sumatera Utara.

Perbedaan latar belakang identitas antara Edy-Ijeck dan Djarot-Sihar paling mendasar dapat terlihat dari dua hal yaitu: perbedaan etnis dan agama. Edy Rahmayadi dan Musa Rajek Shah berasal dari Sumatera Utara yang mana Edy bersuku Melayu Deli dan keluarga Ijeck sudah terkenal di Sumatera Utara serta keduanya penganut ajaran agama Islam. Oleh karena itu, pasangan ini seringkali mengklaim diri sebagai kandidat yang paling mengetahui dan paling mampu menyelesaikan persoalan di Sumatera Utara.

Konsekuensi dari penggunaan identitas dalam arena politik adalah munculnya kontestasi identitas. Hal ini nampak dalam iklan politik para kandidat. Baik Edy-Ijeck maupun Djarot-Sihar menggunakan iklan politik sebagai sarana

kampanye. Penanda-penanda identitas (seperti: etnis, agama, dan gender) ditampilkan menonjol dalam iklan politik mereka. Penanda-penanda identitas dalam iklan politik itu digunakan untuk mempengaruhi pilihan politik pemilih. Sasarannya adalah pemilih yang identitasnya sama dengan penanda identitas yang ditampilkan di iklan. Masyarakat mudah dipengaruhi oleh slogan dan keterkenalan seorang tokoh. Keputusan seorang tokoh politik mengenalkan dirinya kepada publik melalui iklan media merupakan sebuah pertimbangan yang logis walaupun mereka harus rela mengeluarkan biaya yang tidak sedikit. Hal itu disebabkan karena selain iklan dalam media massa merupakan salah satu cara yang sah untuk kampanye politik, jangkauan massa yang bisa dicapai oleh pesan lebih luas dan bersifat anonim.

Dalam kaitannya dengan pemilihan umum, peranan iklan politik menjadi sangat penting. Iklan politik yang ada di surat kabar, bisa menjadi media yang efektif untuk penyampaian informasi politik dan memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap partisipasi politik masyarakat (Suharyanto, 2016). Iklan politik menjadi mesin politik baru dari partai politik maupun para kandidatnya dalam upaya menghadirkan eksistensi partai politiknya, dan dalam upaya menciptakan pengaruh untuk meraih dukungan terhadap partai politik dan kandidat politik yang diusungnya. Melalui iklan politik, partai politik atau para kandidatnya berkomunikasi dan menyampaikan pesan-pesan politik secara masif kepada masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, jenis penelitian yang sering kali dianggap sebagai antitesis dari penelitian kuantitatif. Denzin dan Lincoln (2000) menyebutkan bahwa penelitian kualitatif merupakan penggunaan kajian dan pengumpulan berbagai data empiris – studi kasus, pengalaman pribadi,

introspeksi, cerita hidup, wawancara, artifak-artifak, produksi dan teks-teks budaya, pengamatan, historis, interaksional, dan teks visual – yang menggambarkan makna dan momen-momen problematik keseharian dalam kehidupan individu. Dalam bahasa yang lebih sederhana, Maleong (2006) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah. Objek dari penelitian ini sendiri adalah iklan maupun artikel yang ditampilkan di dalam media cetak khususnya koran *Waspada*, *Analisa* dan *Sinar Indonesia Baru*. Ketiga koran ini sendiri dipilih dengan alasan jumlah pembaca yang banyak serta memiliki segmen pasar pembaca tersendiri seperti harian *waspada* yang banyak dibaca oleh kalangan muslim.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Politik Identitas dalam Iklan Politik

Politik identitas pada hakikatnya adalah suatu gerakan sosial yang ingin mengubah kondisi masyarakatnya. Namun selama masa kampanye, kedua pasang kandidat tidak secara terang-terangan menggunakan isu politik identitas untuk menarik dukungan pemilih. Namun masyarakat Sumatera Utara pada umumnya dapat merasakan konflik antar identitas. Dua hal yang paling menarik selama masa kampanye adalah mencuatnya isu putra daerah berkaitan dengan etnis dan keagamaan.

Para kandidat sama-sama memainkan isu putra daerah. Eddy dan Ijeck sama-sama berasal dari Sumatera Utara dan sudah dikenal oleh masyarakat Sumatera Utara itu sendiri. Pasangan Djoss juga memainkan isu putra daerah dengan menggadang Sihar Sitorus selaku putra daerah asli Sumatera Utara namun Djarot

hanya dianggap pendatang. Selain isu putra daerah, pasangan Djoss juga mengedepankan identitas etnis Jawa karena di Sumatera Utara sendiri populasi penduduk bersuku Jawa cukup besar. Dapat dilihat dalam kampanye Djoss, mereka melakukan pendekatan dengan organisasi-organisasi kepemudaan khususnya organisasi *pujakesuma* namun pada kenyataannya Forum Komunikasi *Pujakesuma* Sumut memberikan dukungan kepada Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Sumatera Utara 2018-2023, Edy Rahmayadi dan Musa Rajekshah atau yang kerap disebut *Eramas*. Menurut *Sohibul Anshor*, Soal kekuatan suku Jawa, dibagi menjadi Jawa Santri dan Jawa Abangan. Jawa Santri secara kultural berafiliasi dan menjadi bagian dari pengendali dalam organisasi seperti *Al-Washliyah*, *Muhammadiyah* dan *NU*.

Meskipun Sumut merupakan salah satu basis PDIP tidak serta merta memudahkan langkah Djarot. Tantangan terbesarnya adalah namanya relatif belum dikenal luas di Sumut. Selain itu benar bahwa ada banyak orang Jawa di Sumut, tapi tidak ada hubungan psikologis yang sangat kuat antara komunitas Jawa Sumut dan Djarot. ER akan berusaha untuk mengamankan suara dari basis pendukung Melayu. Sementara dari basis pendukung Jawa masih terpecah antara ER dan Djarot.

Jumlah penduduk kota Medan pada tahun 2010 sebanyak 13.326.307 jiwa yang terdiri dari beberapa etnis bangsa. Etnis terbesar di Sumatera Utara adalah : Batak (termasuk Karo, Toba, Mandailing dan Pakpak) sebanyak 6.785.719 jiwa, diikuti dengan etnis Jawa sebanyak 4.319.719 jiwa, Melayu sebanyak 771.668 jiwa, Tionghoa 340.320 jiwa. Suku dan etnis bangsa lainnya (Aceh, Minangkabau, Sunda) sebanyak 1.108.881 jiwa yang bermukim di Sumatera Utara (BPS Sumatera Utara, 2012).

Persentase agama di Sumatera Utara adalah : Islam 66,09%, Kristen Protestan 27,03%, Katolik 6,97%, Hindu 6,11%,

Budha 2,34%, Konghuchu 0,01% (BPS Sumatera Utara, 2012).

Dari gambaran data penduduk di Sumatera Utara, sangat mudah untuk para kandidat memainkan isu identitas agama maupun etnis. Eramas menguasai daerah-daerah pesisir timur dan bagian selatan yang mayoritas penduduk muslim dan bersuku Melayu. Sedangkan Djoss menguasai daerah sebaliknya yang tersebar di wilayah bagian tengah Provinsi Sumatera Utara yang mayoritas penduduknya Batak dan beragama Kristen.

Politik identitas merupakan rumusan lain dari politik perbedaan. Selanjutnya, alat apakah yang digunakan dalam proses pembentukan Politik Identitas ini bermacam-macam. Salah satu yang umum dilakukan adalah melalui iklan di Media Cetak (Koran). Dalam perjalanan berikutnya memang, politik identitas justru dimanfaatkan oleh kelompok *majority* untuk menguatkan dominasi kekuasaannya. Melalui pola-pola penggunaan identifikasi kita-lawan-mereka, kelompok *majority* meneguhkan kembali superioritinya. Iklan yang dibahas disini adalah iklan politik yang berasal dari media cetak khususnya koran Waspada dan Analisa.

Iklan politik melalui media massa merupakan salah satu alternatif yang sering dipilih para pasangan calon dalam pelaksanaan kampanye pada pilkada. Meskipun harus mengeluarkan dana yang besar, para pasangan calon sering menggunakan iklan politik dalam media massa sebagai salah satu alat untuk memudahkan upaya pencapaian-pencapaian tujuan-tujuan politiknya. Dengan iklan politik para pasangan calon saling menonjolkan kelebihan masing-masing. Hal tersebut dilakukan untuk menarik perhatian masyarakat agar mereka mengambil keputusan untuk memilih mereka pada Pilkada.

Pemanfaatan Tokoh Djarot sebagai Tokoh Asli Jawa

Juru kampanye Trimedya Panjaitan juga mengajak masyarakat Sumut untuk memilih pasangan Djoss. "Sudah saatnya wong Jowo dan orang Batak harus bersatu untuk memenangkan pasangan Djoss," ucapnya. Begitu juga dengan Ruhut Sitompul. Pria yang dikenal dengan sebutan si Poltak, Raja Minyak dari Medan tersebut juga berharap warga memilih pasangan Djoss. "Pak Djarot memiliki latar belakang birokrasi yang bagus. Saya saja yang orang Batak mendukung orang Jawa. Harus kita menangkan pasangan ini," ucapnya.

Dari kalimat diatas dapat ditelaah bahwa secara tidak langsung juru kampanye pasangan Djoss telah menggunakan identitas kesukuan untuk meminta dukungan dari masyarakat. Begitu juga dengan Ruhut Sitompul yang menyinggung identitas kesukuan juga. Namun meskipun demikian, mengingat ER juga berasal dari suku Jawa, maka hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi pasangan Djarot-Sihar. Sebab masalah yang muncul kemudian adalah maraknya isu keagamaan menjelang pilgubsu 2018.

Bias Pilkada DKI Jakarta



Seperti yang telah kita ketahui bahwa Djarot merupakan eks gubernur DKI Jakarta, yakni menggantikan Ahok. Adapun kekalahan Ahok (Basuki Tjahaya Purnama)- Djarot dan pasangan Anis- Sandi pada pilkada DKI Jakarta yang lalu sedikit banyak memberikan dampak atau pengaruh kepada masyarakat Sumatera

Utara. Bagaimana aksi damai 212 yang mengangkat isu Islam dan ujaran kebencian, yang pada kesimpulannya ingin Ahok kalah dalam Pilkada DKI Jakarta karena dianggap sudah menista Al-Qur'an. Tentu saja kehadiran Djarot di Sumatera Utara sebagai orang yang sempat berkoalisi dengan Ahok membuat sebagian orang dengan mudah memanfaatkan serta menyebarkan isu-isu keagamaan.

Berbagai dinamika diatas pulalah yang dimanfaatkan oleh Tim Edi Rahmayadi dan Musa Rajeckshah dalam strategi kampanye mereka. Memanfaatkan isu identitas keagamaan yang masih hangat dan masih lekat dalam ingatan masyarakat. Memanfaatkan moment 212 yang baru saja terjadi serta belajar dari kemenangan Anis - Sandi. Mengapa demikian? Tentu saja penting mengingat lawan mereka adalah Djarot, yakni orang yang pernah mendampingi Ahok.

bi halal. Tentu saja hal ini sangat lumrah dilakukan, terlebih oleh seorang pasangan calon. Namun apa yang menarik disini adalah bahwa Edy Rahmayadi - Musa Rajeckshah menggandeng tokoh-tokoh ulama yang saat ini namanya tengah kondang di masyarakat. Sebut saja misalnya seperti Ustad Tengku Zulkarnain dan Ustad Abdul Somad yang memiliki jamaah ribuan orang setiap kali tampil mengisi acara di Sumatera Utara. Sedikit banyak, kehadiran Ustad Abdul Somad berpengaruh terhadap citra Edy Rahmayadi - Musa Rajeckshah, yakni dekat dengan tokoh-tokoh agama. Kedekatan antara pasangan calon dan tokoh agama ini tentu saja menarik perhatian umat muslim, khususnya jamaah Ustad Abdul Somad. Budaya patron pada masyarakat Indonesia yang menjadikan Ustad Abdul Somad sebagai panutannya, tentu saja tidak ragu memilih pasangan calon Edy Rahmayadi - Musa Rajeckshah.

Pendekatan Terhadap Tokoh Agama oleh Edy Rahmayadi - Musa Rajeckshah

The image shows a newspaper clipping from 'WASPADA'. The main headline is 'Ustadz Somad: Jadikan Sumut Bermartabat'. To the right, there is a sub-headline 'Keluarga Korban Berharap Mukjizat' with a small photo of a man. The newspaper logo 'WASPADA' is prominent at the top. The clipping includes several columns of text and a large photo of a religious gathering.

Selanjutnya, tidak hanya menggandeng Ustad Abdul Somad, Pasangan Calon Gubernur Sumatera Utara Edy Rahmayadi - Musa Rajeckshah juga menggandeng seorang tokoh nasional yang namanya mulai tenar dan dianggap hero bagi Umat Islam, yakni Gatot Nurmantyo. Tak hanya tenar di kalangan umat Islam, ketegasan tokoh ini juga mempengaruhi orang-orang diluar Islam. Berdasarkan hal ini, tak hanya suara Umat Muslim yang berhasil di kuasai, tetapi juga orang - orang Non Muslim yang mengidolakan Gatot Nurmantyo. Selain tentu saja Gatot Nurmantyo bersuku Jawa. Hal ini tentu saja menjadi nilai plus lagi, mengingat penduduk suku Jawa di Sumatera Utara merupakan mayoritas. Hal inilah yang melatarbelakangi mengapa koran tersebut memberitakan dengan menyebutkan nama-nama tokoh agama dan tokoh militer tersebut pada kolom keterangannya.

Pemanfaatan iklan di Media Cetak bukanlah sesuatu hal yang tidak lazim bagi pasangan calon, baik itu dalam pemilihan skala nasional seperti pemilihan Presiden, pada tingkat lokal seperti Gubernur, Walikota, anggota legislatif, dan lain sebagainya. Hal serupa juga dilakukan oleh pasangan calon Gubernur dan wakil Gubernur Edy Rahmayadi - Musa Rajeckshah pada saat masa kampanye mereka Tahun 2018. Dapat dilihat dikolom atas pada gambar potongan koran mengenai kegiatan Edy dan Ijeck sedang merayakan Idul Fitri, yakni berbentuk halal

Mengambil Suara Golongan Putih

Besok Eramas Menang

MEDIA online 'Pikiran Rakyat' telah menjadi media yang paling banyak dibaca di Sumut. Hal ini menunjukkan bahwa media ini memiliki pengaruh yang signifikan dalam kehidupan masyarakat. Selain itu, media ini juga memiliki peran yang penting dalam menyampaikan informasi yang akurat dan objektif kepada masyarakat.

Seperti yang umum diketahui, bahwa masih banyak Umat Muslim yang enggan terlibat dalam proses pencoblosan. Sebut saja misalnya Hizbut Tahrir Indonesia (HTI). Dengan menampilkan isu – isu sebagaimana yang di ungkap oleh Hasan Basri bahwa Golput adalah haram. Strategi ini tentu saja ditujukan bagi Umat Muslim yang masih enggan untuk terlibat dalam pencoblosan, padahal suara mereka cukup signifikan di Sumatera Utara. Peluang mengambil suara Golput inilah tampaknya yang mendasari munculnya tulisan dalam koran di atas. Ditambah lagi, pasangan ini tampaknya telah belajar dari hasil pilkada Gubernur maupun pemilihan walikota yang lalu, dimana masyarakat Sumatera Utara sudah apatis terhadap politik, terbukti dengan partisipasi pemilih hanya mencapai 48%. Hal ini tentu saja berkaitan dengan suara Umat Muslim. Masalah keengganan masyarakat Sumatera Utara untuk ikut menentukan calon pemimpinnya tentu saja tidak lepas dari masalah Umat Muslim, sebab seperti yang telah diketahui bahwa Umat Muslim merupakan mayoritas di Sumatera Utara.

dilakukan. Pelaksanaan sholat subuh berjamaah menjelang pencoblosan, bahkan di hari pencoblosan merupakan bagian dari upaya membangkitkan politik identitas di Sumatera Utara. Hal ini juga sebagaimana yang disampaikan oleh salah seorang anggota tim sukses Eramas Bapak Haris Kelana Damanik, ST. Beliau menyampaikan sebagai berikut:

“Menurut saya, sah-sah saja adanya isu politik identitas yang berkembang di masyarakat, namun banyak isu terkait politik identitas yang bernuansa negatif apalagi isu menguatnya politik identitas sebagai sarana untuk memenangkan pemilihan. Kita juga harus waspada, isu politik identitas yang bagaimana yang berkembang apakah isu politik identitas yang negatif atau positif. Kalau isu identitas yang berkembang itu cenderung negatif maka kita harus mewaspadai isu tersebut dan jangan mudah terkecoh. Betul, gerakan sholat subuh berjamaah tersebut merupakan bagian dari kampanye kami. Namun, gerakan tersebut dibuat seperti yang sudah saya katakan tadi untuk mempersatukan umat dan agar pilkada berlangsung dengan aman dan kondusif. Dan karena ini juga Eramas dianggap memainkan isu identitas agama dan polanya hampir mirip dengan Pilkada Jakarta kemarin.”

Pengaruh Gerakan Sholat Subuh Berjamaah

Dari Subuh Berjamaah Ke TPS



Tingkatan Partisipasi Politik... Arus Balik Kawasan Bireuen Masih Padat... Bangkai Kapal Belum Terdeteksi... Ribuwan Massa Ramaikan Kamaranve

Dari Subuh tandasnya. Semesta itu, Dr Sholahudin Andhar Siregar Dosen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) yang juga pengurus Muhammadiyah Sumatera Utara adalah salah satu narasumber yang baik bagi umat, sehingga harus dimulainya dengan Subuh berjamaah”, tandasnya. Dalam kaitan menggunakan hak pilih bagi umat Islam, Prof Abdulhadi kembali mengatakan, bahwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) sudah mengemukakan bahwa bahwa Golput itu haram. Sebab itu, gerakan Subuh berjamaah ini adalah sangat efektif untuk meningkatkan partisipasi pemilih dan memotivasi umat Islam yang Golput. “Jadi kita jangan buru-buru mengatakan Subuh berjamaah itu politik, tapi mari kita mendangry dari sisi positif”, tandasnya. Katanya, Subuh berjamaah itu akan menjadi syarat bagi umat Islam. Islam mengajarkan untuk sholat, dan mengajarkannya untuk berjamaah. Jadi kalau hari ini mereka sholat Subuh berjamaah itu politik, baik mengajarkannya atau tidak, itu adalah urusan politik. “Kalau jika kita mengajarkannya agama hanya karena urusan politik dan lain sebagainya”, tandasnya. Seperti diketahui, partisipasi masyarakat dalam Pemilu maupun Pilkada sebelumnya tergolong rendah. Hal ini disebabkan legitimasi pasangan calon terlah dalam Pilkada yang menjadi rendah di mata masyarakat. Kondisi ini melatarbelakangi munculnya gerakan sholat Subuh berjamaah pada hari Rabu tanggal 27 Juni 2018 saat Pilkada.

Berdasarkan penjelasan Bapak Haris Kelana Damanik tersebut, dapat kita pahami dan sekali lagi di dapat pula di ungkap bahwa tim kemenangan Edy Rahmayadi – Musa Rajeckshah berusaha belajar dari Pilkada DKI Jakarta. Hal tersebut sebagaimana yang telah disampaikan oleh Beliau pada penjelasan di

atas, yakni bahwa pola-pola yang dilakukan mirip dengan Pilkada DKI Jakarta, dimana isu agama menjadi sangat laku dan pada akhirnya memenangkan Anis Sandi sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta.

SIMPULAN

Pilkada Sumatera Utara 2018 tidak lepas dari isu politik identitas akibat bias Pilkada DKI 2017 yang lalu. Dalam konteks politik pada daerah yang multietnik seperti Sumatera Utara pada saat pilkada, identifikasi identitas etnis maupun agama menjadi sangat menarik karena dapat dilihat bahwa masyarakat Sumut secara terang-terangan menggunakan identitas baik etnis maupun agama untuk mendukung salah satu kandidat. Permainan simbol-simbol etnis dan agama itu tidak lepas dari harapan memperoleh dukungan pada basis massa yang spesifik. Konstruksi simbol-simbol tersebut dengan sengaja dihadirkan tim kampanye untuk menggugah para calon pemilih dengan bentuk proximitas dan kebanggaan etnis. Aspek-aspek politik identitas tetap bermain meski dalam kadar yang relatif kecil.

Isu politik identitas juga tampak pada iklan politik kedua pasang kandidat. Dua hal yang paling menarik selama masa kampanye adalah mencuatnya isu putra berkaitan dengan etnis dan keagamaan. Eramas menguasai daerah-daerah pesisir timur dan bagian selatan yang mayoritas penduduk muslim dan bersuku Melayu. Sedangkan Djoss menguasai daerah sebaliknya yang tersebar di wilayah bagian tengah Provinsi Sumatera Utara yang mayoritas penduduknya Batak dan beragama Kristen.

Isu identitas paling dominan yang menjadi "jualan" dalam iklan politik di Pilkada Sumatera Utara adalah agama, etnis, dan gender. Di satu sisi, kandidat mengungkap isu identitas sebagai alat untuk meraih simpati pemilih tetapi di sisi lain juga digunakan sebagai alat untuk

menyerang kandidat lawan. Isu agama mempertentangkan agama Islam dan non Islam, isu etnis mempertentangkan antara putra daerah dan pendatang.

Terlepas dari faktor lain yang menjadi sebab kemenangan pasangan calon Edy Rahmayadi – Musa Rajeckshah, ternyata pengembangan Politik Identitas dapatlah dikatakan merupakan salah satu faktor yang sangat signifikan yang menjadi kemenangan pasangan calon tersebut. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, politik identitas yang dibangun (menyangkut isu putra daerah, isu agama, sampai kepada isu etnis) ternyata lebih banyak menguntungkan pihak Edy Rahmayadi – Musa Rajeckshah. Sedangkan rival mereka, Djarot – Sihar tampaknya lebih banyak dirugikan dengan munculnya isu-isu politik identitas tersebut serta harus legowo menerima kekalahan pada pemilihan gubernur Sumatera Utara Tahun 2018 yang lalu. Dalam hal ini, tentu saja alat yang digunakan dalam penyebaran politik identitas salah satunya adalah dengan memanfaatkan iklan di media cetak (Koran).

UCAPAN TERIMAKASIH

Penyelesaian penelitian ini pada dasarnya tidak akan pernah samapai pada titik penyelesaian ini jika tidak ada orang – orang baik yang membantu dalam proses pengerjaannya. Oleh karenanya dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan ribuan terima kasih terutama kepada kedua orang tua penulis, yang tak hentinya mendoakan serta memberikan motivasi kepada penulis. Selanjutnya ribuan terima kasih juga penulis ucapkan kepada Bapak Dr. Heri Kusmanto serta Bapak Warjio, Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu serta memberikan masukan dan motivasi kepada penulis, serta pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga Allah memudahkan urusan kita semua, amin.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambardi, K. (2011). *How Smart Can We Go? The Quality of Campaign Information in the 2009 Presidential Election*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UGM, Vol. 14. No. 3.
- Bagir, Z.A. (2011). *Pluralisme Kewargaan, Arah Baru Politik Keragaman Indonesia*. Bandung-Yogyakarta : Mizan dan CRCs
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. New York: Oxford University Press.
- Castells, M. (2010). *The Power of Identity*. Chichester: Wiley-Blackwell
- Danesi, M. (2002). *Understanding Media Semiotics*. London: Arnold.
- Hall, S. (2005). "Who Need "Identity"?" dalam *Identity: a Reader*. Gai, Paul Du. Evans, Jessica. dan Redman, Peter (ed). London: Sage Publications.
- Hall, S. (1992). "The Question of Cultural Identity" dalam *Modernity and Its Futures*. Hall, Stuart. Held, David. dan McGrew, Tony (ed). London: Polity Press.
- Kellner, D. (1995). *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics Between The Modern and The Postmodern*. London: Routledge.
- Lukmantoro, T. (2008). *Kematian Politik Ruang*. Jakarta: Kompas
- Maleong, L.J. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda
- Setyaningrum, A. (2005). "Memetakan Lokasi bagi 'Politik Identitas' dalam Wacana Politik Poskolonial". *Jurnal Mandatory Politik Perlawanan*. Edisi 2/ Tahun 2/ 2005
- Tanasaldy, T. (2007). "Politik Identitas Etnis di Kalimantan Barat" dalam *Politik Lokal di Indonesia* (ter.). Nordholt, Henk Schulte dan Klinken, Gerry Van (Ed). Jakarta: Obor.
- Suharyanto, A. (2016). Surat Kabar Sebagai Salah Satu Media Penyampaian Informasi Politik pada Partisipasi Politik Masyarakat, *Jurnal Administrasi Publik*, 6 (2): 123-136.
- Ubed, A.S. (2002). *Politik Identitas Etnis : Pergulatan Tanda Tanpa Identitas*. Magelang: Indonesiater.