

Politik Identitas dan Dinamika Elektoral Jelang Pemilu 2019



PEMILIHAN
UMUM
SERENTAK
LEGISLATIF
PRESIDEN &
2019

Burhanuddin Muhtadi, Ph.D

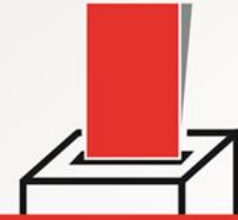
Disampaikan dalam acara Seminar Nasional “Mendorong Pemilu Damai Dan Substantif: Peta Jalan Menuju Perlindungan Hak Memilih”, diselenggarakan oleh Pusat Studi HAM UII bekerjasama dengan Universitas Islam Indonesia, di Fakultas Hukum UII Yogyakarta, 28 Maret 2019.



1

Apa itu perilaku pemilih?

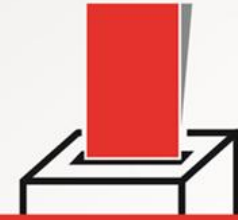
- ❑ Voting behaviour adalah tindakan seseorang ikut serta dalam memilih orang, parpol, atau isu publik tertentu.
- ❑ Secara khusus, voting behaviour adalah partisipasi dalam pemilu, pilihan atas parpol tertentu, pilihan atas calon untuk jabatan politik tertentu, dan pilihan atas isu publik tertentu.



2

Kenapa orang tak ikut berpartisipasi?

- They cannot: menunjuk pada langkanya sumberdaya (time, money, dan civic skills).
- They don't want to: absennya psychological engagement with politics (e.g. lack of interest, minimal concern with public issues, alienasi, etc).
- Nobody asked: Isolation from the recruitment network/mobilization
- They aren't allowed to participate: struktur kesempatan politik (represif vis-à-vis demokratis).

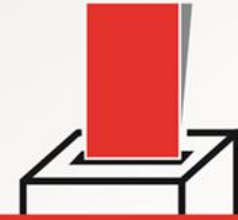


3

Mengapa orang berpartisipasi?

- ❑ Model sosiologis voter turnout:
 - (1) Social economic status (SES), see Verba dan Nie, 1972; Parry, Moyser dan Day, 1992. Orang yang sadar bahwa hasil pemilu akan berpengaruh pada kebijakan publik adalah orang yang relatif berpendidikan, punya status pekerjaan, jenis pekerjaan, dan pendapatan.
 - (2) Civic voluntary model (Verba, Scholzman dan Brady, 1995; cf. Conway, 2000). Tapi itu saja tidak cukup. Jaringan sosial dan aktivitas.

- ❑ Political engagement: interest in politics, partisanship, political information, dan efikasi.



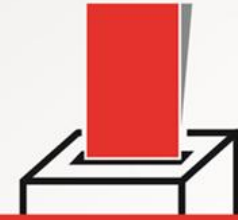
4

Konteks Indonesia: overview

- Voter turnout Indonesia sangat besar: 91% dalam pemilu 1999, dan 84% pemilu 1955.
- Mayoritas pemilih Indonesia pasca Suharto berpartisipasi dalam pemilu karena alasan ekspresif/symbolik, bukan karena alasan instrumental. Yang tak memilih karena alasan teknis administratif ketimbang alasan protes.
- Pinjam bahasa Weber: Voter turnout di Indonesia lebih merupakan rationalitas tujuan ketimbang rationalitas instrumental.
- Model SES tidak memadai untuk menjelaskan voter turnout Indonesia. Model civic voluntarism cukup lumayan menjelaskan.



Popularitas, Kedisukaan, dan Model Perilaku Pemilih



6

Syarat Elementer: Popularitas Personal

- Popularitas dan citra personal calon merupakan konsekuensi logis dari model pemilu secara langsung. Ini merupakan faktor utama yang mendasari pilihan warga. Tidak mungkin pemilih akan memilih calon yang tidak dikenal.
- Namun pada kenyataannya tidak sesederhana itu, calon pejabat public yang populer juga belum tentu dipilih jika ada calon lain yang lebih disukai atau memiliki citra personal yang lebih positif.
- Popularitas dan citra personal dibentuk oleh evaluasi publik terhadap kegiatan sosialisasi (dan mobilisasi) yang dilakukan, termasuk evaluasi atas kinerja selama menjabat sebagai pejabat publik.
- Pilihan warga merupakan kompleksitas atas faktor-faktor sosiologis, psikologis dan evaluasi ekonomi politik mutakhir.

Iklan Politik USA Vs. Brasil





- Orang akan memilih calon yang dirasa memiliki kesamaan karakteristik sosiologisnya, terutama agama atau asal kedaerahannya (etnis, sub etnis atau representasi wilayah) (Berelson, Lazarsfeld, Mcphee, 1954; Lipset dan Rokkan, 1967; Butler and Stokes, 1971).
- Faktanya, komposisi etnis dan agama di berbagai wilayah di Indonesia variasinya sangat besar.
- Pasangan calon berusaha semakin dekat merepresentasikan basis-basis sosiologis pemilih.



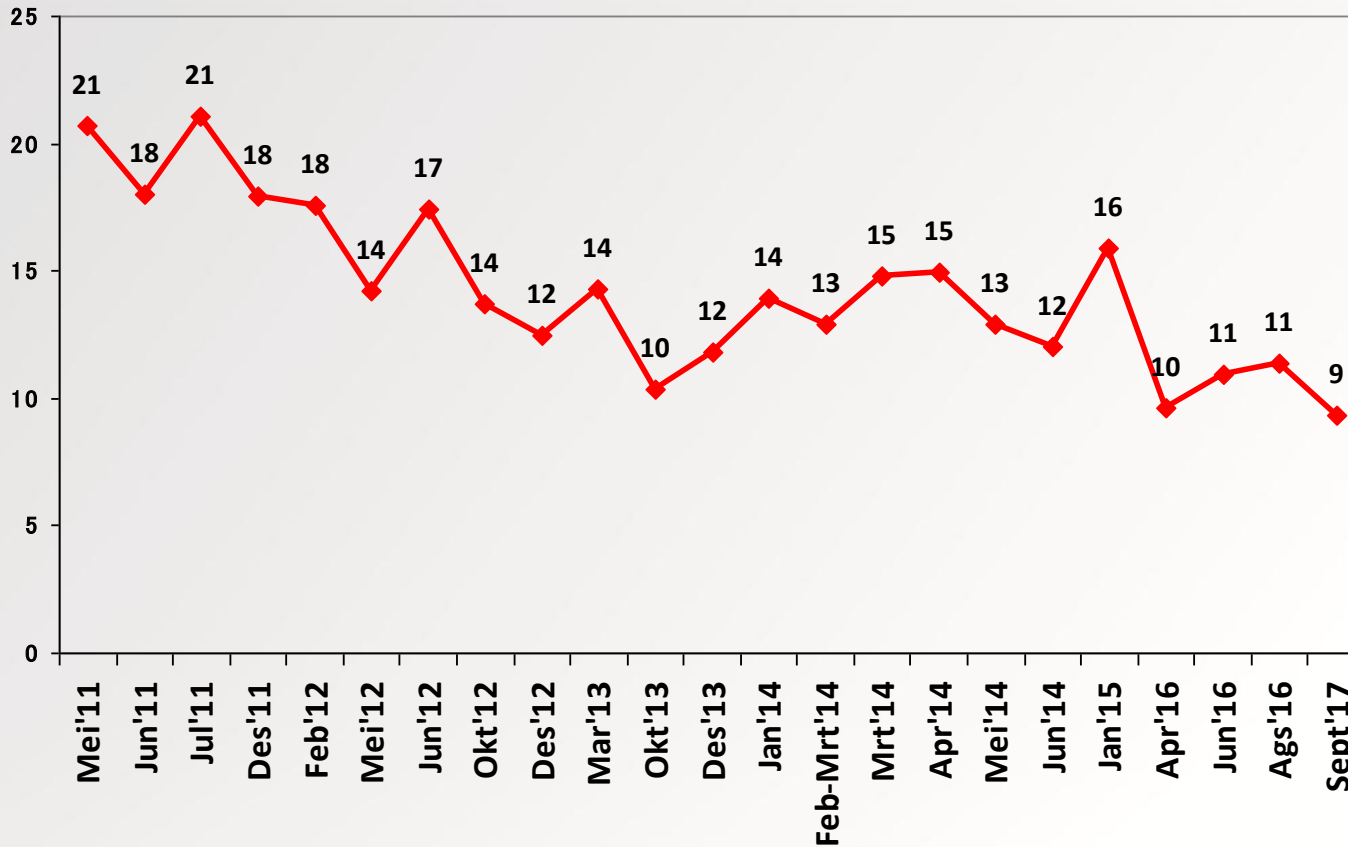
Model sosiologis sebagai politik identitas

- Sebagai elemen penting dalam pembelahan sosial, agama dipercaya mempengaruhi perilaku pemilih. Lipset dan Rokkan (eds.), dalam *Party Systems and Voter Alignments* (1967) misalnya, mengatakan ada korelasi signifikan antara afiliasi keagamaan dengan dukungan atas partai-partai konfesional di Eropa.
- Samuel Barnes (1974) juga menemukan bukti hubungan agama dengan perilaku pemilih di Italia. Arend Lijphart (1977) dalam *Religious vs. Ethnic vs. Class Voting*, menemukan bahwa dibanding variabel bahasa dan kelas sosial, agama lebih berpengaruh dalam menentukan pilihan partai di Belgia, Kanada, Afrika Selatan dan Swiss.
- Studi Norris dan Inglehart (2004), dalam *Sacred and Secular: Religion and Politics Worldwide* juga mengonfirmasi pengaruh agama dalam memilih. Intinya, model sosiologis ini kerap disebut sebagai pengejawantahan politik identitas dalam perilaku elektoral.



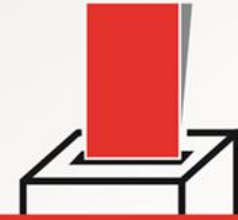
Faktor Psikologis

- Tertarik dengan masalah-masalah politik karena memiliki informasi yang cukup untuk menentukan pilihan sehingga percaya bahwa suaranya berarti atau pilihannya bisa ikut memperbaiki keadaan, akan mendorong pemilih untuk berpartisipasi dalam pemilu untuk memilih calon atau partai.
- Kelompok-kelompok tersebut secara lebih spesifik bisa memiliki kedekatan dengan partai tertentu (partisan, memiliki identitas partai).
- Ini menjadi penting karena semakin besar kelompok yang memiliki kedekatan dengan partai tertentu, maka dukungan terhadap partai tersebut juga semakin besar. Dan berdasar pengalaman survei Pilkada, pilihan basis partai kepada calon akan cenderung mengikuti arah dukungan partai.
- Namun demikian, tren kelompok pemilih yang memiliki identitas partai (Party ID) cenderung semakin rendah.



“Ada partai politik yang dirasa lebih dekat dengannya”

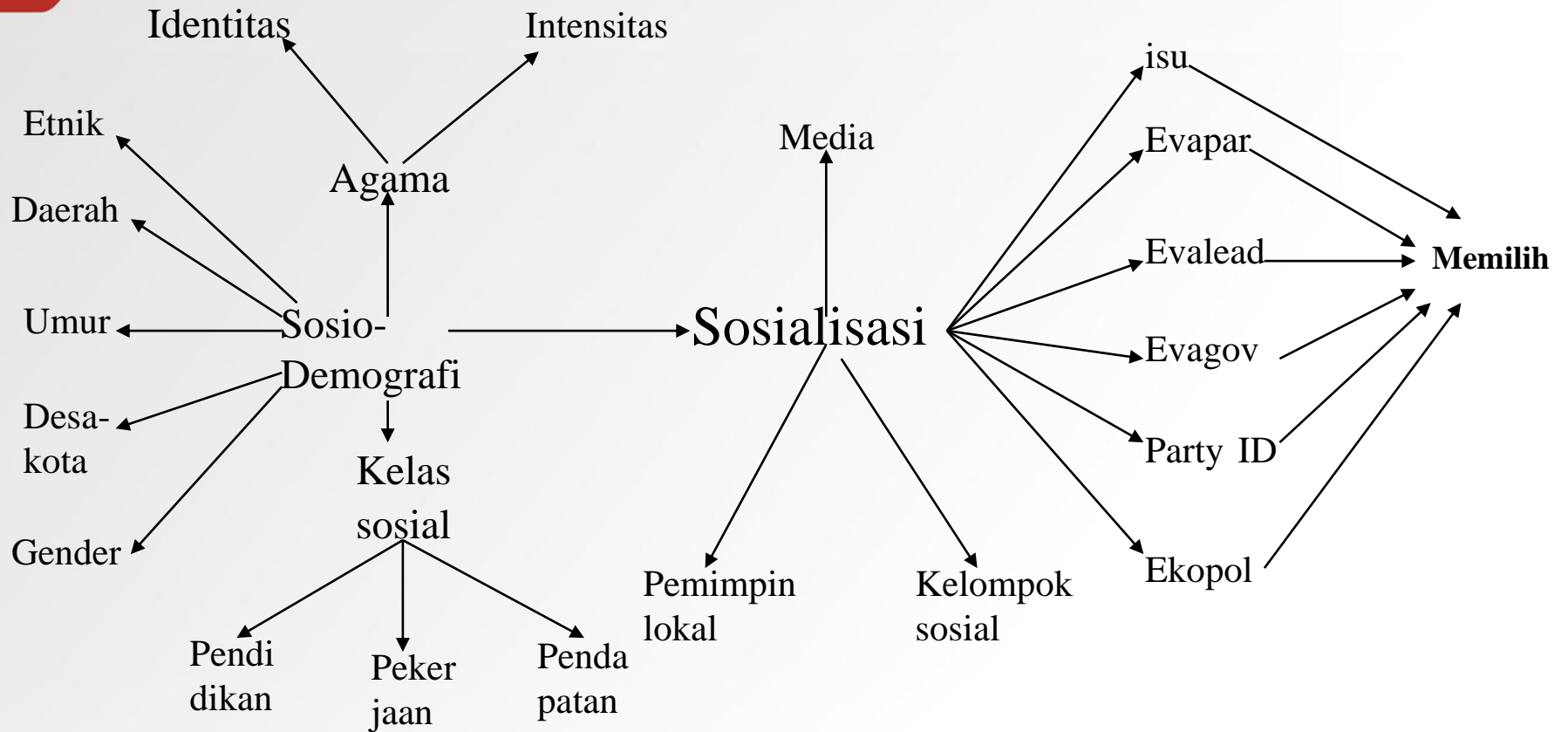
Dalam enam tahun terakhir trennya terus menurun.



- Jika kondisi perekonomian dinilai membaik dibanding periode sebelumnya, maka warga akan cenderung memilih kembali calon yang sedang memerintah (petahana) (Downs, 1956, Lewis-Beck, 1998). Dan sebaliknya, jika kondisi perekonomian dinilai semakin buruk maka warga akan cenderung memilih calon lain.
- Atas dasar apa evaluasi tersebut dilakukan? Tentu berdasar informasi tentang kondisi perekonomian. Permasalahannya yaitu tentang akurasi informasi tersebut, terutama pada kelompok yang tidak cukup memiliki akses kepada sumber informasi, sehingga persepsi atas hasil kerja pemerintahan menjadi sangat penting.
- Mekanisme *reward* dan *punishment* tersebut mensyaratkan adanya persaingan yang jelas antara petahana dengan lawannya.

Model Perilaku Pemilih

(Dikembangkan dari CNEP/Comparative National Election Project)





Politik Identitas dalam Pemilu

Ethnic composition in each province (%)

Source: 2000 and 2010 Censuses

North Sumatra	2000 Census
Javanese	32.6
Batak, Tapanuli	15.9
Toba	9.7
Mandailing, Ankola Manda	7.9
Nias, Kono Niha	6.4
Karo	5.1
Melayu	4.9
Angkola	3.4
Others	14.1
TOTAL	100.0

North Sulawesi	2010 Census
Minahasa	45.0
Gorontalo	8.3
Bugis	1.0
Makassar	0.5
Other Sulawesi ethnic groups	38.9
Javanese	3.1
Others	3.3
Total	100

DKI JAKARTA	Sensus BPS 2000
Javanese	35.2
Betawi	27.6
Sunda, Priangan	15.3
Chinese	5.5
Batak, Tapanuli	3.6
Minangkabau	3.2
Melayu	1
Melayu Palembang	0.6
Others	8
TOTAL	100

West Kalimantan	2000 Census
Sambas	11.9
Chinese	9.5
Javanese	9.1
Kendayan, Kenayan	7.8
Melayu Pontianak	7.5
Darat	7.4
Madurese	5.5
Pesaguan	4.8
Others	36.5
TOTAL	100.0

Maluku	2000
Kei	11.0
Buton, Butung, Butong	10.6
Ambon	10.5
Seram	6.9
Saparua	5.9
Javanese	4.7
Aru	4.2
Yamdena	3.4
Others	42.8
TOTAL	100.0

Religious affiliation in each province (%)

Source: The 2010 Census by BPS

	North Sumatera	West Kalimantan	North Sulawesi	Maluku	Jakarta
Islam	66.1	59.2	30.9	50.6	85.4
Protestant	27.0	11.4	63.6	41.4	7.5
Catholic	4.0	22.9	4.4	6.8	3.2
Hindu	0.1	0.1	0.6	0.4	0.2
Buddha	2.3	5.4	0.1	0.0	3.3
Confucianism	0.0	0.7	0.0	0.0	0.1
Others	0.0	0.1	0.1	0.4	0.0
Not Being Asked	0.4	0.2	0.3	0.4	0.3



Untuk mengetahui signifikansi efek etnis dan agama, dibuat dua macam analisis, yakni analisis bivariate dan multivariate, dengan menggunakan model logistik (biner atau multinomial).

Dalam analisis bivariate, variabel yang diuji hanya etnis atau agama. Sedangkan dalam analisis multivariate, etnis dan agama diuji bila dikontrol dengan faktor-faktor lain (gender, usia, pendidikan, kinerja incumbent, kualitas tokoh, dan identitas partai).



Temuan penting

- Agama merupakan faktor yang penting dalam pemilihan gubernur dan wakil gubernur, khususnya ketika ada perbedaan agama antar paslon. Ini terlihat di Jakarta, Sumatera Utara, Kalimantan Barat dan Sulawesi Utara.
- Studi ini menunjukkan kecenderungan pemilih untuk memilih calon yang agamanya sama dengan mereka. Pengaruh agama dalam politik elektoral di tingkat lokal terlihat sangat meyakinkan.
- Dalam analisis multivariat, faktor agama tetap signifikan ketika dikontrol oleh faktor-faktor lain (etnis, gender, desa-kota, umur, tingkat pendidikan, evaluasi atas kinerja pemerintah, identitas partai, maupun penilaian terhadap kualitas calon).
- Pada Pilkada Jakarta 2007 dan 2012, efek agama tidak signifikan. Namun hal itu tidak otomatis membatalkan efek agama. Pada saat itu tidak ada perbedaan agama antar calon gubernur dan tidak ada insiden Al-Maidah, sehingga tidak memungkinkan bagi munculnya efek agama. Jika muncul paslon yang beragama berbeda (cross-religious pairs), sebagian besar pemilih cenderung melihat agama calon gubernur ketimbang identitas primordial pasangannya.



Temuan penting

- Faktor etnis juga penting, tetapi pengaruhnya memiliki keterbatasan, terutama ketika dikontrol oleh faktor-faktor lain. Di Maluku, ketika dikontrol oleh faktor-faktor lain, pengaruh etnis tetap signifikan. Namun di banyak kasus, pengaruh etnis menjadi tidak signifikan ketika dikontrol oleh faktor-faktor lain.
- Secara umum, efek agama jauh lebih kuat dan konsisten ketimbang etnik. Pengaruh etnik tetap signifikan jika para paslon yang berlaga berasal dari agama yang sama, seperti Pilkada Jakarta tahun 2007 dan 2012 dan Pilkada Maluku 2013.
- Di Pilkada Jakarta tahun 2012, Fauzi Bowo dan Jokowi sama-sama Muslim, sehingga mobilisasi identitas yang coba digunakan di putaran kedua saat itu kurang berpengaruh. Ketika perbedaan agama tak bisa dieksploitasi, perbedaan etnik bisa dimobilisasi untuk mendapatkan keuntungan elektoral.
- Dengan demikian, efek agama dan etnik bersifat dinamis, tergantung konteks sosial-politik dan kondisi persaingan dan latar belakang primordial paslon.



Temuan penting

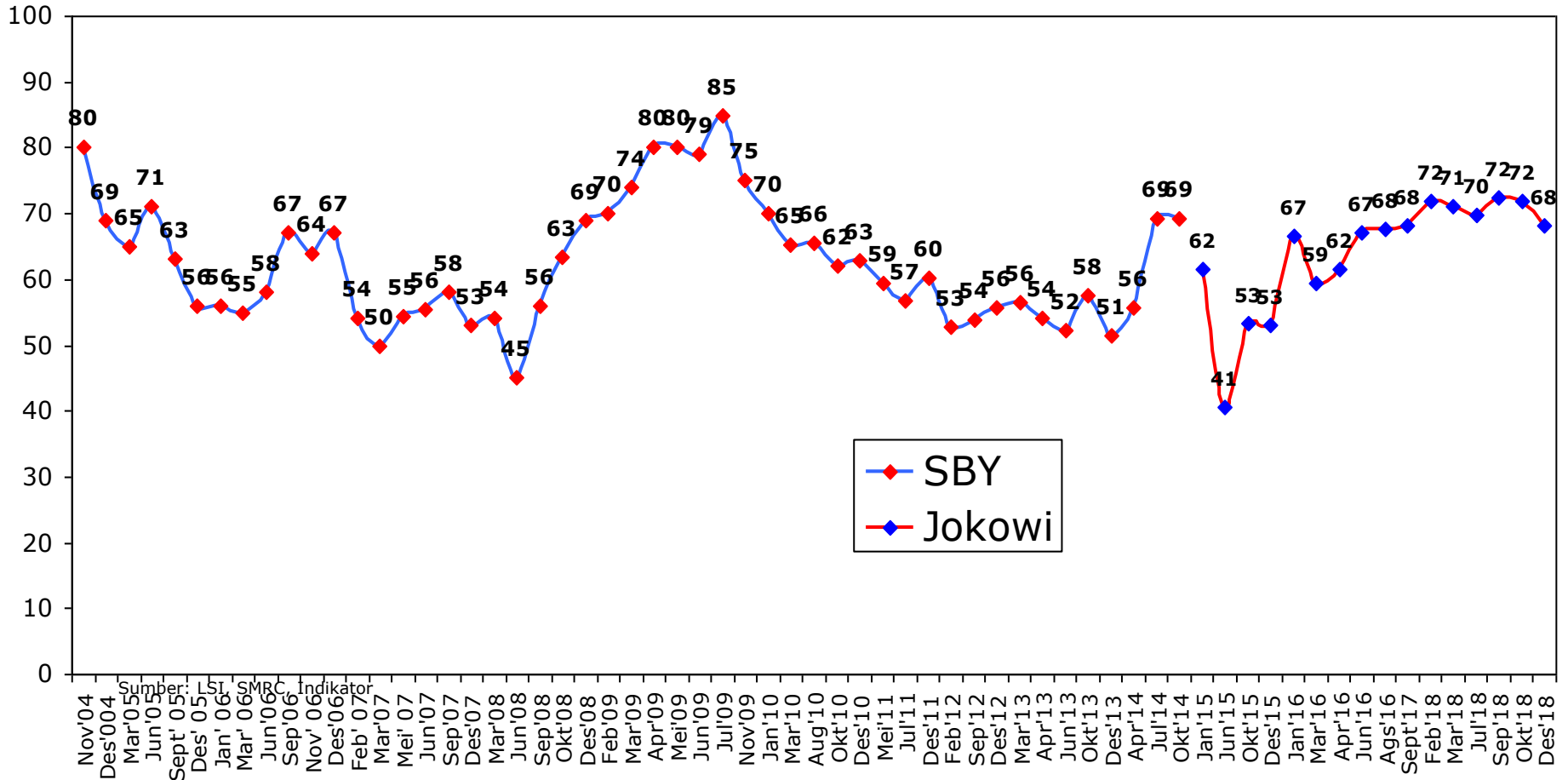
- Agama dan etnis yang menjadi bahan bakar politik identitas merupakan faktor yang penting dalam pemilihan kepala daerah. Saya juga sudah membuktikan bahwa politik identitas sudah lama terjadi di tingkat lokal, jauh sebelum kasus Pilkada Jakarta 2017.
- Politik identitas bekerja terutama ketika komposisi etnik dan agama suatu wilayah tidak terlalu timpang dan tergantung identitas primordial para paslon yang bertarung.
- Calon yang berasal dari kelompok agama dan suku mayoritas punya modal yang lebih baik dalam berkompetisi dibanding calon yang berasal dari kelompok minoritas. Ini menjelaskan mengapa Ahok kalah di Pilkada Jakarta tahun 2017, meskipun approval rating-nya tinggi.
- Namun paslon dari kelompok agama atau etnik minoritas bisa menang jika lawannya yang berasal dari kelompok mayoritas terbelah. Ini terjadi di Kalimantan Barat ketika Cornelis sukses mengalahkan para kompetitornya di 2007 and 2012.



Temuan penting

- Perilaku memilih merupakan gejala yang kompleks. Keputusan memilih ditentukan oleh banyak faktor. Seorang calon yang berasal dari kelompok identitas primordial tertentu belum tentu dapat menarik suara mayoritas di kelompoknya sendiri.
- Hal ini bisa terjadi karena, selain faktor identitas, pemilih juga mempertimbangkan faktor-faktor lain, terutama kualitas personal calon. Intinya, dinamika politik lokal seringkali membuka ruang mobilisasi politik identitas.
- Pilkada Jakarta hanya sedikit contoh di mana perilaku pemilih bukan semata-mata didasarkan pada rasionalitas pemilih. Jika pemilih Jakarta rasional, seharusnya kepuasan terhadap kinerja petahana diterjemahkan dalam bentuk pilihan. Apalagi warga Jakarta memiliki modal rasionalitas yang lebih baik ketimbang wilayah lain dilihat dari tingkat pendidikan dan pendapatan serta akses terhadap informasi. Ternyata kinerja baik saja tak cukup mengantarkan pada kemenangan.

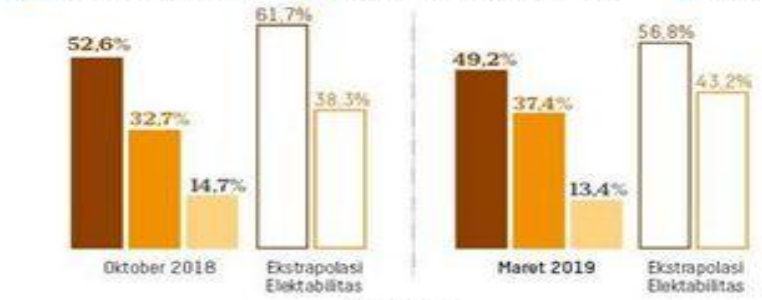
Approval rating trend (%)



Kompas recent survey



Elektabilitas Capres-Cawapres Pilpres 2019
 ● Joko Widodo-Ma'ruf Amin ● Prabowo Subianto-Sandiaga Uno ● Rahasia



Metode Penelitian

Pengumpulan pendapat melalui wawancara tatap muka ini diselenggarakan Litbang Kompas dari tanggal 22 Februari-5 Maret 2019. Sebanyak 2.000 responden dipilih secara acak menggunakan metode pencuplikan sistematis bertingkat di 34 provinsi Indonesia. Menggunakan metode ini, pada tingkat kepercayaan 95 persen, "margin of error" penelitian +/- 2,2 persen dalam kondisi penarikan sampel acak sederhana. Meskipun demikian, kesalahan di luar pemilihan sampel dimungkinkan terjadi. Angka hasil ekstrapolasi dilakukan dengan mengasumsikan kelompok yang belum memutuskan pilihannya [undecided voters] akan terbagi secara proporsional menurut preferensi survei.

Pilihan Capres-Cawapres Berdasarkan Usia Pemilih (%)



Sumber: Litbang Kompas/IFC/BST

FOTO: FOTO: EGAPRAE/WISNET/ WEDJANTORO, TRAVAN H PRABOWO, ALEF SCHWAN/ INFOGRAFFIC/ PANDU!

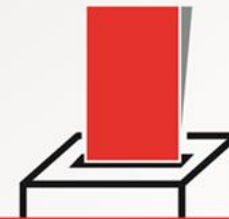


Elektabilitas menurut sejumlah lembaga

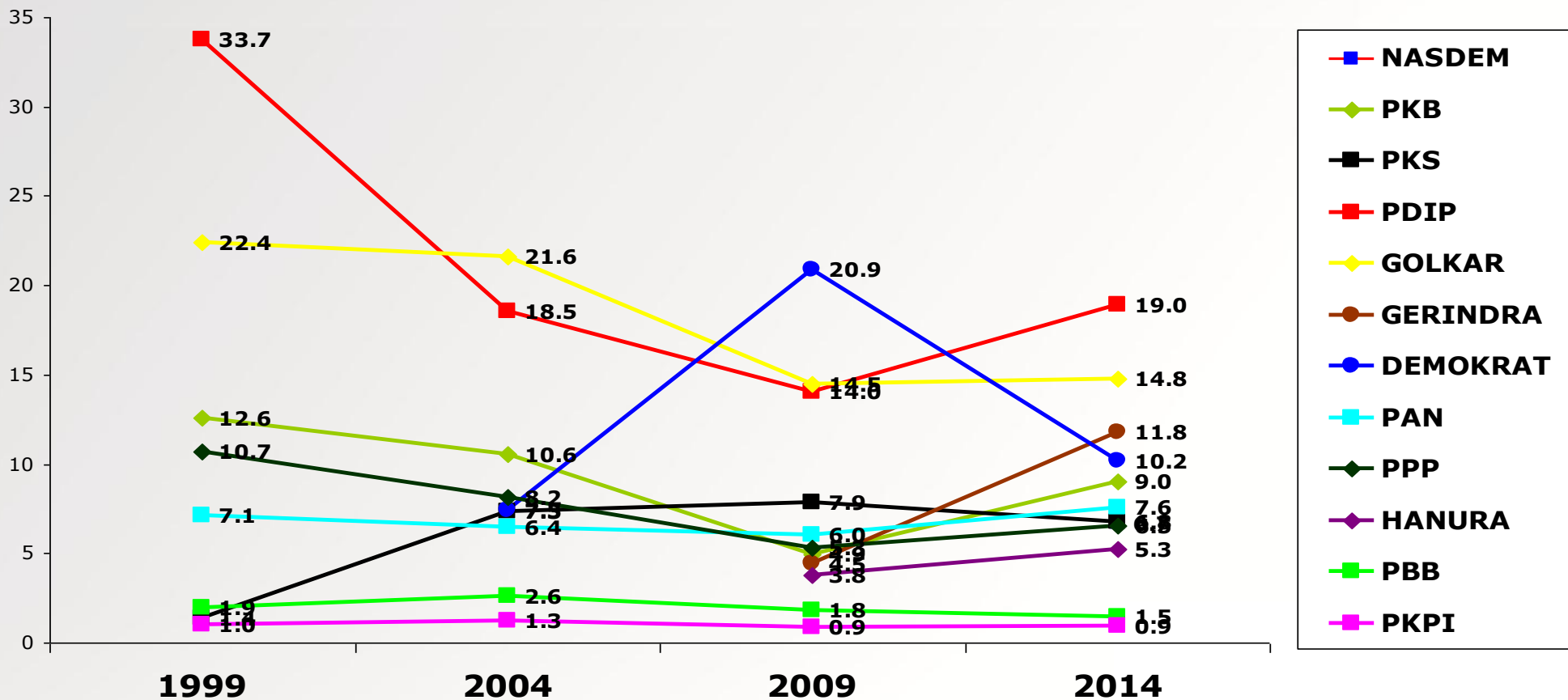
ELEKTABILITAS CAPRES

HASIL SEJUMLAH LEMBAGA SURVEI





Distribusi suara 1999-2014



Latar Belakang Dukungan Partai (%) (Feb'14)

	Total	Nas Dem	PKB	PKS	PDIP	PG	Gerindra	PD	PAN	PPP	Hanura
Sudah terbiasa memilih partai tersebut	21,4	3,6	24,2	12,0	30,7	33,7	4,5	20,0	14,5	25,6	4,6
Keluarga dari dulu mendukung partai tersebut	10,3	3,5	11,3	7,9	13,0	15,7	3,0	8,0	9,7	11,2	4,8
Partai tersebut memiliki kaitan dengan organisasi agama (NU, Muhammadiyah, dll.)	4,6	1,2	23,5	7,1	,6	1,0	1,0	,7	6,7	10,9	1,3
Partai tersebut mewakili agama keyakinan saya	2,9	,8	7,1	10,3	,6	,6	,9	1,0	3,4	12,7	1,1
Total Alasan Tradisional	39,2	9,1	66,1	37,3	44,9	51,0	9,4	29,7	34,3	60,4	11,8
Suka dengan tokoh/pemimpin partai tersebut	12,8	15,8	5,8	7,1	11,8	7,1	29,3	16,5	13,7	6,1	20,1
Kegiatan yang telah dilakukan oleh partai untuk masyarakat	11,9	13,3	7,7	17,3	11,5	11,5	13,1	14,3	11,6	7,3	17,4
Kualitas para calonnya	11,7	17,3	5,8	12,2	11,4	9,2	17,7	11,7	15,0	7,7	15,7
Suka dengan program partai tersebut	8,1	14,7	2,9	9,0	7,4	7,4	12,4	9,2	8,0	3,4	13,1
Total Alasan Rasional	44,6	61,1	22,2	45,6	42,1	35,3	72,6	51,8	48,3	24,5	66,3



TERIMA KASIH