



Custodia: Journal of Legal, Political, and Humanistic Inquiry

Vol 2 No 1 September 2026, Hal 388-401
ISSN: 3123-2116 (Print) ISSN: 3123-2108 (Electronic)
Open Access: <https://scriptaintelektual.com/custodia>

Politik Identitas Dalam Pemilihan Presiden : Studi Kasus Pemilihan Presiden Tahun 2019 Di Kota Surakarta

Aini Safitri^{1*}, Ali Martin²

¹⁻² Universitas Wahid Hasyim, Indonesia

email: pipitswift@gmail.com¹

Article Info :

Received:
04-09-2026
Revised:
19-09-2026
Accepted:
27-09-2026

Abstract

This study examines identity politics in the 2019 Indonesian presidential election in Surakarta by focusing on regional, religious, social, and symbolic dimensions of electoral mobilization. Using a qualitative case-study approach, data were collected through interviews, observation, documentation, and supporting electoral records involving political actors, campaign teams, election organizers, and relevant secondary sources. The findings show that identity politics operated through several interconnected channels, particularly regional attachment to Joko Widodo as a figure strongly associated with Surakarta, Ma'ruf Amin's religious networks, campaign engagement with Islamic organizations, and digital political narratives. Electoral data also indicate a strong advantage for the Jokowi–Ma'ruf ticket across the five districts of Surakarta, although aggregate results cannot independently prove identity as the sole cause of voting behavior. The study further finds that identity-based mobilization interacted with candidate image, organizational networks, media framing, economic considerations, and local political experience. Therefore, identity politics in Surakarta functioned primarily as a contextual resource for political communication and mobilization rather than as a single determinant of electoral choice. These findings underscore the multidimensional character of voter preferences within Indonesia's plural democratic society.

Keywords: Electoral behavior, Identity politics, Political mobilization, Presidential election, Surakarta.

Abstrak

Penelitian ini menganalisis politik identitas dalam Pemilihan Presiden Indonesia tahun 2019 di Kota Surakarta dengan menitikberatkan pada dimensi kedaerahan, keagamaan, sosial, dan simbolik dalam mobilisasi elektoral. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, sedangkan data diperoleh melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan data pendukung pemilu yang melibatkan aktor politik, tim kampanye, penyelenggara pemilu, serta sumber sekunder yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa politik identitas bekerja melalui beberapa saluran yang saling berhubungan, terutama kedekatan kedaerahan Joko Widodo dengan Surakarta, jaringan keagamaan Ma'ruf Amin, keterlibatan kampanye dengan organisasi Islam, dan narasi politik digital. Data elektoral juga menunjukkan keunggulan kuat pasangan Jokowi–Ma'ruf di lima kecamatan di Surakarta, meskipun hasil agregat tidak dapat membuktikan bahwa identitas merupakan satu-satunya penyebab perilaku memilih. Mobilisasi berbasis identitas berinteraksi dengan citra kandidat, jaringan organisasi, framing media, pertimbangan ekonomi, dan pengalaman politik lokal. Temuan ini menegaskan bahwa preferensi pemilih terbentuk secara multidimensional melalui interaksi faktor sosial, politik, ekonomi, dan personal. Dengan demikian, politik identitas di Surakarta berfungsi terutama sebagai sumber daya kontekstual bagi komunikasi dan mobilisasi politik, bukan sebagai penentu tunggal pilihan elektoral dalam masyarakat demokratis Indonesia yang plural.

Kata kunci: Perilaku elektoral, Politik identitas, Mobilisasi politik, Pemilihan presiden, Surakarta.



©2026 Authors.. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Demokrasi elektoral merupakan mekanisme utama bagi masyarakat untuk menentukan kepemimpinan politik sekaligus menyalurkan kepentingan melalui proses pemilihan yang kompetitif dan terbuka. Dalam masyarakat yang plural seperti Indonesia, proses tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh program dan orientasi kebijakan kandidat, tetapi juga berinteraksi dengan identitas sosial yang

melekat pada pemilih, termasuk agama, etnisitas, afiliasi kelompok, dan asal kedaerahan. Perkembangan politik Indonesia sejak Pemilihan Presiden 2014 memperlihatkan meningkatnya personalisasi kompetisi politik yang menjadikan identitas sebagai salah satu penanda dalam membangun kedekatan maupun perbedaan antarkelompok pemilih (Jati, 2022). Kondisi tersebut menempatkan politik identitas sebagai fenomena penting untuk dikaji karena kontestasi elektoral dapat berkembang tidak hanya sebagai persaingan programatik, tetapi juga sebagai arena pembentukan batas sosial dan politik di antara kelompok masyarakat.

Politik identitas dalam kontestasi elektoral pada dasarnya merujuk pada penggunaan atau artikulasi identitas bersama sebagai sumber mobilisasi, pembentukan solidaritas, dan penegasan posisi politik suatu kelompok. Fenomena ini menjadi semakin relevan dalam Pemilihan Presiden 2019 ketika sejumlah penelitian menunjukkan munculnya kontestasi identitas keagamaan dan etnis yang disertai pembentukan stigma terhadap kelompok atau kandidat yang berbeda (Qodir et al., 2022). Penelitian Widian et al. (2023) juga menunjukkan bahwa narasi Islam menjadi bagian dari lingkungan strategis politik yang dimanfaatkan dalam mobilisasi dukungan selama rangkaian kontestasi Pemilu 2014, Pilkada DKI Jakarta 2017, dan Pilpres 2019. Dengan demikian, identitas tidak dapat semata-mata dipahami sebagai karakter sosial yang bersifat tetap, melainkan dapat dikonstruksi dan diartikulasikan menjadi sumber daya politik sesuai dengan konteks kompetisi elektoral.

Pemilihan Presiden 2019 mempertemukan kembali Joko Widodo dan Prabowo Subianto dalam kompetisi politik nasional yang telah terbentuk sejak Pemilihan Presiden 2014, tetapi berlangsung dalam lingkungan politik yang semakin terdiferensiasi oleh narasi identitas. Penggunaan simbol, narasi, dan jaringan keagamaan menjadi salah satu dimensi yang menonjol karena aktor politik berupaya menyesuaikan strategi kampanye dengan karakteristik sosial kelompok pemilih yang menjadi sasaran mobilisasi (Widian et al., 2023). Pola tersebut sejalan dengan temuan Fox dan Menchik (2023) bahwa aktor dan kandidat yang berhubungan dengan politik Islam dapat menggunakan daya tarik nasionalis yang inklusif maupun pesan keislaman yang lebih eksklusif bergantung pada karakteristik kompetisi dan konstituensi. Oleh sebab itu, pembacaan terhadap Pilpres 2019 perlu memperhatikan bagaimana identitas agama dikomunikasikan dan dinegosiasikan dalam strategi elektoral tanpa mengasumsikan bahwa seluruh pemilih merespons simbol identitas dengan cara yang sama.

Kompleksitas politik identitas dalam Pilpres 2019 semakin meningkat seiring dengan berkembangnya media digital sebagai ruang produksi, distribusi, dan pertukaran informasi politik. Neyazi et al. (2022) menunjukkan bahwa lingkungan media hibrida dalam Pemilu Indonesia 2019 membuka ruang bagi masyarakat untuk terpapar misinformasi politik melalui kombinasi media konvensional dan media sosial. Pada saat yang sama, Wadipalapa (2023) menemukan bahwa narasi mengenai ancaman komunisme kembali beredar dalam Pemilihan Presiden 2014 dan 2019 serta menjadi salah satu perangkat diskursif yang digunakan dalam kompetisi politik. Fenomena tersebut memperlihatkan bahwa politik identitas tidak hanya bekerja melalui identitas agama atau etnis secara langsung, tetapi juga melalui penciptaan kategori sosial, ingatan politik, stereotip, dan narasi mengenai pihak yang dipersepsikan sebagai kelompok lain.

Meskipun demikian, menjelaskan perilaku pemilih dalam Pilpres 2019 semata-mata melalui politik identitas berpotensi menghasilkan analisis yang terlalu deterministik karena preferensi elektoral juga dibentuk oleh pertimbangan sosial, ekonomi, dan evaluasi terhadap kebijakan pemerintah. Prasetyawan (2022), misalnya, menunjukkan bahwa variasi ketimpangan dan kebijakan redistributif memiliki keterkaitan dengan hasil Pemilihan Presiden 2019 pada tingkat kabupaten dan kota, sehingga faktor ekonomi tetap relevan dalam membaca perilaku pemilih. Perspektif tersebut menegaskan bahwa identitas sebaiknya ditempatkan sebagai salah satu variabel sosial-politik yang berinteraksi dengan kepentingan material, evaluasi kinerja, jaringan politik, dan karakteristik lokal pemilih. Pendekatan yang lebih multidimensional diperlukan agar pembahasan politik identitas tidak secara otomatis menghubungkan kesamaan agama, etnis, atau asal daerah dengan pilihan politik tertentu tanpa melihat konteks empiris yang melatarbelakanginya (Prasetyawan, 2022; Jati, 2022).

Kota Surakarta menjadi ruang yang relevan untuk menguji dinamika tersebut karena politik lokal di wilayah ini mempunyai hubungan yang kuat dengan pembentukan citra kandidat, komunikasi langsung, dan identifikasi masyarakat terhadap figur politik. Studi Gama et al. (2021) mengenai kampanye pemilihan kepala daerah di Surakarta memperlihatkan bahwa praktik *blusukan* dapat berfungsi sebagai strategi komunikasi politik yang membangun kedekatan personal antara kandidat

dan masyarakat melalui interaksi tatap muka. Namun, karakter pemilih Surakarta tidak dapat diasumsikan homogen karena penelitian Subekti et al. (2023) mengenai pemilihan kepala daerah 2020 juga menemukan adanya perilaku *protest voting* sebagai bentuk respons sebagian pemilih terhadap kondisi kompetisi politik lokal. Karakter tersebut menjadikan Surakarta penting untuk diteliti sebagai arena tempat identitas kedaerahan, agama, citra kandidat, jaringan sosial, dan pertimbangan politik lainnya dapat bertemu dalam pembentukan preferensi elektoral.

Sejumlah penelitian terdahulu telah memberikan penjelasan penting mengenai polarisasi politik Indonesia, kontestasi identitas agama dan etnis, strategi populisme berbasis agama, misinformasi politik, serta faktor ekonomi dalam Pemilihan Presiden 2019 (Jati, 2022; Neyazi et al., 2022; Prasetyawan, 2022; Qodir et al., 2022). Penelitian lain membahas konstruksi identitas dalam komunikasi politik dan perilaku pemilih pada kontestasi lokal Surakarta, tetapi kajian tersebut terutama ditempatkan dalam konteks pemilihan kepala daerah dan tidak secara khusus menjelaskan konfigurasi politik identitas pada Pilpres 2019 di kota tersebut (Gama et al., 2021; Subekti et al., 2023). Kondisi ini menunjukkan perlunya kajian yang menghubungkan dinamika politik nasional Pilpres 2019 dengan karakter sosial-politik Surakarta pada tingkat lokal, terutama terkait artikulasi identitas agama, kedaerahan, dan narasi politik dalam proses mobilisasi dukungan. Kajian pada tingkat lokal juga penting karena manifestasi politik identitas tidak selalu seragam antarwilayah, melainkan dapat mengalami penyesuaian berdasarkan struktur sosial, sejarah politik, jaringan organisasi, dan karakteristik pemilih di masing-masing daerah.

Berdasarkan persoalan tersebut, penelitian mengenai politik identitas dalam Pemilihan Presiden 2019 di Kota Surakarta diperlukan untuk memahami bagaimana identitas dikonstruksi, diartikulasikan, dan ditempatkan dalam proses kompetisi politik pada tingkat lokal. Penelitian ini tidak hanya diarahkan untuk mengidentifikasi keberadaan simbol agama, etnis, maupun kedaerahan, tetapi juga menganalisis bagaimana identitas tersebut digunakan oleh aktor politik serta bagaimana masyarakat memberikan makna terhadapnya dalam menentukan sikap politik. Analisis tersebut diharapkan mampu menjelaskan hubungan antara strategi mobilisasi identitas, karakteristik lokal Surakarta, media politik, dan dinamika preferensi pemilih tanpa mereduksi hasil pemilu menjadi konsekuensi dari satu faktor tunggal. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kontribusi empiris terhadap kajian politik identitas dan perilaku elektoral di Indonesia sekaligus memperkaya pemahaman mengenai bagaimana pluralitas sosial berinteraksi dengan kompetisi demokratis pada Pemilihan Presiden 2019.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk menganalisis politik identitas dalam Pemilihan Presiden 2019 di Kota Surakarta. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berupaya memahami secara mendalam proses pembentukan, penggunaan, dan pemaknaan identitas politik dalam konteks sosial serta elektoral yang berlangsung pada tingkat lokal. Lokasi penelitian ditetapkan di Kota Surakarta dengan pertimbangan bahwa wilayah tersebut memiliki posisi penting dalam kontestasi Pilpres 2019, terutama karena keterkaitannya dengan salah satu kandidat serta karakter sosial-politik masyarakat yang beragam. Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder, dengan data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi, sedangkan data sekunder bersumber dari dokumentasi, buku, artikel ilmiah, berita, dokumen penyelenggara pemilu, serta sumber tertulis lain yang relevan dengan politik identitas dan Pemilihan Presiden 2019.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memperoleh informasi yang komprehensif mengenai penggunaan identitas agama, etnis, dan kedaerahan dalam dinamika kampanye serta pembentukan dukungan politik di Surakarta. Informan penelitian mencakup aktor yang terlibat dalam proses elektoral, antara lain unsur partai politik pendukung pasangan calon, tim sukses, penyelenggara pemilu, serta pihak lain yang memiliki pengetahuan mengenai dinamika Pilpres 2019 di Kota Surakarta; dalam naskah sumber, wawancara antara lain dilakukan dengan unsur PDI-P, DPC Partai Gerindra, tim sukses Jokowi–Ma'ruf, Seknas 02 Jawa Tengah, Bawaslu Kota Surakarta, dan KPU Kota Surakarta. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis secara deskriptif-kualitatif melalui pengorganisasian informasi, pengelompokan temuan berdasarkan tema politik identitas, serta interpretasi terhadap pola-pola yang muncul dalam hubungan antara strategi politik, penggunaan simbol identitas, dan respons masyarakat. Hasil analisis kemudian dibandingkan dengan literatur dan penelitian terdahulu yang relevan untuk memperoleh pemahaman

yang lebih kontekstual mengenai bagaimana politik identitas bekerja dalam kontestasi Pemilihan Presiden 2019 di Kota Surakarta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dinamika Politik Identitas dalam Pemilihan Presiden 2019 di Kota Surakarta

Hasil penelitian menunjukkan bahwa politik identitas dalam Pemilihan Presiden 2019 di Kota Surakarta tidak muncul dalam satu bentuk tunggal, melainkan melalui persinggungan identitas kedaerahan, keagamaan, etnis, dan afiliasi politik yang digunakan dalam proses mobilisasi dukungan. Temuan wawancara memperlihatkan bahwa aktor dari partai pendukung pasangan calon memandang komposisi pasangan Joko Widodo–Ma'ruf Amin maupun mobilisasi pendukung Prabowo Subianto–Sandiaga Uno sebagai bagian dari kompetisi yang berkaitan dengan basis sosial masing-masing kandidat. Pola tersebut sejalan dengan pandangan Sukamto (2010) dan Maarif et al. (2012) bahwa identitas dapat mengalami artikulasi politik ketika perbedaan sosial ditempatkan sebagai sumber pembentukan solidaritas kelompok. Dalam konteks politik Indonesia yang lebih mutakhir, Jati (2022) menunjukkan bahwa personalisasi kompetisi sejak 2014 turut menjadikan identitas sebagai penanda penting dalam menilai kandidat, meskipun intensitasnya tidak selalu sama di setiap daerah.

Dimensi kedaerahan menjadi salah satu karakter yang paling terlihat dalam kasus Surakarta karena Joko Widodo memiliki hubungan politik dan biografis yang kuat dengan kota tersebut. Naskah penelitian menunjukkan bahwa posisinya sebagai tokoh yang berasal dari Surakarta dipersepsikan sebagai modal simbolik yang dapat membentuk kedekatan antara kandidat dan sebagian masyarakat lokal. Temuan tersebut dapat dibaca bersama penelitian Gama et al. (2021), yang menunjukkan bahwa konstruksi identitas politik di Surakarta juga dibangun melalui komunikasi langsung dan praktik *blusukan* yang menghasilkan kedekatan personal antara kandidat dengan masyarakat. Dengan demikian, identitas “putra daerah” dalam Pilpres 2019 tidak sekadar menunjukkan asal geografis kandidat, tetapi dapat menjadi sumber kedekatan simbolik yang berinteraksi dengan rekam jejak politik, pengenalan publik, dan jaringan sosial yang telah terbentuk sebelumnya.

Selain kedaerahan, identitas keagamaan merupakan unsur penting dalam dinamika politik elektoral yang ditemukan pada penelitian ini. Kehadiran Ma'ruf Amin sebagai calon wakil presiden yang memiliki keterkaitan kuat dengan Nahdlatul Ulama dipersepsikan oleh sebagian aktor politik yang diwawancarai sebagai modal untuk memperluas dukungan pada komunitas Muslim, sementara kubu Prabowo–Sandi juga berinteraksi dengan sejumlah komunitas dan institusi keagamaan di Surakarta. Temuan tersebut konsisten dengan Widian et al. (2023), yang menjelaskan bahwa narasi Islam menjadi salah satu instrumen mobilisasi dalam lingkungan strategis Pilpres 2019, serta Fox dan Menchik (2023), yang memperlihatkan bahwa daya tarik keagamaan dalam kampanye dapat bersifat inklusif maupun eksklusif tergantung pada karakter konstituensi dan kompetisinya. Dalam kerangka Harahap (2014), kondisi tersebut menunjukkan bahwa identitas agama dapat mengalami politisasi ketika afiliasi keagamaan dihubungkan dengan kepentingan representasi, pembentukan solidaritas, dan perebutan dukungan elektoral.

Kontestasi identitas tersebut juga berlangsung melalui komunikasi politik yang semakin intensif di ruang digital. Data penelitian mencatat munculnya slogan dan tagar seperti #2019GantiPresiden serta #DiaSibukKerja, yang memperlihatkan bagaimana pendukung masing-masing kubu membentuk penanda politik untuk membedakan kelompoknya dari lawan. Fenomena tersebut relevan dengan temuan Syahputra et al. (2024) mengenai polarisasi antara kelompok Islamis dan nasionalis di media sosial pada Pemilihan Presiden 2014 dan 2019, sementara Neyazi et al. (2022) menunjukkan bahwa Pemilu 2019 berlangsung dalam lingkungan media hibrida yang memungkinkan pemilih terpapar informasi politik sekaligus misinformasi melalui berbagai saluran komunikasi. Oleh sebab itu, media sosial dalam konteks Surakarta tidak hanya dapat dipahami sebagai saluran penyebaran pesan kampanye, tetapi juga sebagai arena tempat identitas politik diproduksi, dikukuhkan, dan dipertentangkan melalui simbol serta narasi yang mudah direplikasi.

Namun, hasil penelitian tidak cukup untuk menyimpulkan bahwa pilihan politik masyarakat Surakarta sepenuhnya ditentukan oleh kesamaan identitas. Secara teoretis, Budiardjo (2008) menempatkan partisipasi politik sebagai aktivitas yang berkaitan dengan keputusan politik dan penggunaan hak warga negara, sehingga preferensi pemilih dapat dibentuk oleh beragam pertimbangan yang tidak terbatas pada identitas. Temuan Prasetyawan (2022) juga menunjukkan bahwa Pemilihan Presiden 2019 dapat dianalisis melalui evaluasi pemilih terhadap kondisi ekonomi

dan kebijakan redistributif, sehingga identitas hanya merupakan salah satu dimensi dalam konfigurasi pilihan elektoral. Dengan demikian, data mengenai sentimen agama maupun asal daerah dalam penelitian ini perlu dibaca bersamaan dengan faktor kandidat, kinerja, jaringan politik, kampanye, dan kepentingan sosial-ekonomi agar hubungan antara identitas dan pilihan politik tidak direduksi menjadi hubungan sebab-akibat yang sederhana.

Tabel 1. Perolehan Suara Pemilihan Presiden 2019 di Kota Surakarta Menurut Kecamatan

Kecamatan	Jokowi– Ma'ruf	Prabowo– Sandi	Total Suara Kedua Paslon	Jokowi– Ma'ruf (%)	Prabowo– Sandi (%)
Laweyan	50.977	14.017	64.994	78,43	21,57
Serengan	28.621	6.278	34.899	82,01	17,99
Pasar Kliwon	41.086	13.905	54.991	74,71	25,29
Jebres	83.263	12.760	96.023	86,71	13,29
Banjarsari	98.048	18.311	116.359	84,26	15,74
Total	301.995	65.271	367.266	82,23	17,77

Sumber: Data KPU Kota Surakarta sebagaimana dicantumkan dalam naskah penelitian, diolah peneliti.

Distribusi suara pada Tabel 1 memperlihatkan bahwa pasangan Jokowi–Ma'ruf memperoleh suara lebih banyak daripada Prabowo–Sandi pada kelima kecamatan yang dicantumkan dalam data penelitian. Dari 367.266 suara untuk kedua pasangan yang tercatat, Jokowi–Ma'ruf memperoleh 301.995 suara atau sekitar 82,23%, sedangkan Prabowo–Sandi memperoleh 65.271 suara atau sekitar 17,77%. Persentase Jokowi–Ma'ruf paling tinggi terdapat di Jebres sekitar 86,71%, sedangkan persentase terendah terdapat di Pasar Kliwon sekitar 74,71%, yang menunjukkan adanya variasi dukungan antarkecamatan meskipun pola keunggulan pasangan yang sama terdapat di seluruh wilayah yang dicatat. Data tersebut mendukung pentingnya menganalisis karakter lokal Surakarta, tetapi secara metodologis tidak dapat digunakan sendirian untuk membuktikan bahwa besarnya perolehan suara tersebut disebabkan oleh identitas kedaerahan atau keagamaan tanpa bukti individual mengenai alasan setiap pemilih menentukan pilihan.

Variasi dukungan antarkecamatan juga menunjukkan bahwa politik identitas harus ditempatkan dalam struktur sosial yang lebih luas dan tidak dianggap bekerja dengan intensitas yang seragam. Qodir et al. (2022), dalam penelitian mengenai Pemilu 2019 di Kalimantan Barat, menemukan bahwa kontestasi etnis dan agama dapat membentuk polarisasi melalui stigma dan ekspresi dukungan terhadap kandidat tertentu, tetapi karakter tersebut berkembang dalam konteks sosial wilayah yang spesifik. Jika dibandingkan dengan Surakarta, hasil penelitian ini justru memperlihatkan lapisan identitas yang lebih beririsan antara agama, kedekatan regional, pengalaman politik kandidat, dan jaringan organisasi masyarakat. Hal tersebut memperkuat argumen Ardhana (2011) bahwa identitas dalam masyarakat multikultural tidak berdiri secara terisolasi, karena hubungan etnis, budaya, agama, dan lingkungan sosial terus mengalami proses integrasi maupun negosiasi.

Politik identitas pada Pilpres 2019 juga tidak hanya beroperasi melalui identifikasi positif terhadap kelompok sendiri, tetapi dapat berkembang melalui konstruksi mengenai lawan politik. Wadipalapa (2023) menunjukkan bahwa kampanye Pemilihan Presiden 2014 dan 2019 diwarnai oleh reproduksi narasi mengenai ancaman komunisme, termasuk tuduhan terhadap Jokowi, meskipun sebagian besar responden survei yang dibahas dalam penelitian tersebut tidak mempercayai narasi itu. Temuan tersebut penting untuk pembacaan kasus Surakarta karena memperlihatkan bahwa pertarungan identitas dapat berlangsung melalui pembentukan kategori “kita” dan “mereka”, bukan hanya melalui agama maupun etnis yang melekat secara formal pada kandidat. Dengan perspektif ini, identitas politik dapat dipahami sebagai hasil konstruksi diskursif yang berubah mengikuti isu kampanye, sehingga penggunaan sentimen identitas pada tingkat lokal tidak dapat dipisahkan sepenuhnya dari narasi politik yang beredar secara nasional.

Di sisi lain, karakter politik Surakarta juga memperlihatkan bahwa masyarakat lokal tidak dapat diposisikan sebagai kelompok pemilih yang pasif dan homogen. Studi Subekti et al. (2023) tentang Pilkada Surakarta 2020 menemukan keberadaan *protest voting* sebagai bentuk resistensi sebagian

pemilih terhadap kondisi kompetisi dan praktik politik yang mereka persepsikan bermasalah. Walaupun penelitian tersebut dilakukan pada pemilihan yang berbeda dan tidak dapat digunakan untuk menjelaskan secara langsung perilaku pemilih pada Pilpres 2019, temuan itu memberikan bukti bahwa masyarakat Surakarta memiliki variasi sikap politik dan kapasitas untuk merespons kontestasi secara berbeda. Karena itu, pernyataan dalam data wawancara yang menggambarkan dukungan suatu kelompok agama atau masyarakat lokal secara menyeluruh perlu ditempatkan sebagai persepsi informan, bukan sebagai representasi otomatis dari seluruh pemilih Surakarta.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa politik identitas dalam Pilpres 2019 di Surakarta bekerja melalui proses yang saling bertaut antara identitas kedaerahan, keagamaan, citra kandidat, jaringan organisasi, dan komunikasi politik. Besarnya perolehan suara Jokowi–Ma’ruf di seluruh kecamatan dalam data penelitian berada dalam konteks hubungan politik Joko Widodo dengan Surakarta dan keberadaan Ma’ruf Amin sebagai tokoh keagamaan, tetapi hubungan tersebut tidak dapat ditafsirkan sebagai bukti kausal bahwa identitas merupakan satu-satunya penentu pilihan pemilih. Perspektif Jati (2022), Prasetyawan (2022), Widian et al. (2023), dan Gama et al. (2021) justru mengarahkan analisis pada pemahaman multidimensional bahwa identitas berinteraksi dengan personalisasi kandidat, pengalaman politik, evaluasi ekonomi, serta strategi komunikasi kampanye. Dengan demikian, temuan sub-bahasan ini menempatkan politik identitas sebagai sumber daya mobilisasi dan pembentukan kedekatan politik, bukan sebagai variabel tunggal yang secara otomatis menentukan perilaku elektoral masyarakat Surakarta.

Strategi Aktor Politik dan Konstruksi Identitas dalam Kampanye Pilpres 2019 di Kota Surakarta

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kampanye kedua pasangan calon di Kota Surakarta tidak hanya diarahkan pada penyampaian pesan programatik, tetapi juga melibatkan pendekatan terhadap komunitas sosial yang memiliki karakteristik identitas berbeda. Pasangan Joko Widodo–Ma’ruf Amin maupun Prabowo Subianto–Sandiaga Uno tercatat melakukan aktivitas yang menyentuh jaringan keagamaan, komunitas lokal, pelaku usaha, generasi muda, dan kelompok sosial lainnya selama masa kampanye. Strategi tersebut menunjukkan bahwa mobilisasi politik pada tingkat lokal dilakukan melalui pembentukan kedekatan antara kandidat dengan ruang sosial tempat pemilih berinteraksi, bukan hanya melalui kampanye massa yang bersifat umum. Temuan ini sejalan dengan Fox dan Menchik (2023), yang menunjukkan bahwa bentuk seruan kampanye di Indonesia dapat berubah menurut karakteristik demografis, wilayah, tingkat jabatan politik, dan jenis konstituensi yang menjadi sasaran kandidat.

Pada kubu Joko Widodo–Ma’ruf Amin, unsur keagamaan terlihat terutama melalui posisi Ma’ruf Amin sebagai tokoh yang memiliki keterkaitan erat dengan Nahdlatul Ulama dan jaringan pesantren. Data penelitian mencatat aktivitas Ma’ruf Amin berupa ziarah ke makam KH Ahmad Umar Abdul Mannan di kompleks Pondok Pesantren Al-Muayyad serta silaturahmi dengan kalangan Nahdliyin di Solo. Kegiatan semacam ini dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi politik yang berlangsung melalui ruang sosial-keagamaan, sementara Widian et al. (2023) menunjukkan bahwa narasi Islam memang menjadi salah satu instrumen yang disesuaikan dengan lingkungan strategis dalam Pemilihan Presiden Indonesia 2019. Namun, keberadaan aktivitas berbasis komunitas agama tidak dengan sendirinya membuktikan bahwa seluruh anggota organisasi keagamaan memberikan dukungan yang sama, sehingga pengaruhnya harus dibedakan dari klaim mengenai perilaku individual pemilih.

Strategi pasangan Prabowo Subianto–Sandiaga Uno memperlihatkan pola pendekatan sosial yang juga beragam dan tidak terbatas pada satu kategori identitas. Dalam data penelitian, Prabowo dan Sandiaga tercatat berinteraksi dengan Majelis Tafsir Alquran, Pondok Pesantren Takmirul Islam, pembatik di Laweyan, komunitas basket, kelompok milenial, serta pelaku usaha kecil dan menengah. Keberagaman sasaran tersebut menunjukkan bahwa aktivitas kampanye mengombinasikan saluran keagamaan, ekonomi, kewirausahaan, kepemudaan, dan pertemuan politik untuk membangun hubungan dengan segmen pemilih yang berbeda. Pola demikian mendukung temuan Fox dan Menchik (2023) bahwa aktor politik dapat menyesuaikan bentuk seruan identitas dan pesan kampanye menurut karakter konstituensi daripada menggunakan satu bentuk pesan yang sama untuk seluruh pemilih.

Dimensi agama dalam strategi kedua kubu karena itu lebih tepat dipahami sebagai bagian dari repertoar mobilisasi politik daripada sebagai variabel yang bekerja secara otomatis. Widiatmaka et al.

(2024) menempatkan politisasi agama dalam pemilu Indonesia sebagai fenomena yang berkaitan dengan hubungan antara agama dan politik sepanjang perkembangan politik nasional, termasuk periode pascareformasi. Pada konteks Pilpres 2019 di Surakarta, kedua kubu mempunyai akses terhadap komunitas Muslim dan menggunakan saluran yang berbeda untuk membangun komunikasi dengan kelompok-kelompok tersebut, sebagaimana tercermin dalam aktivitas kampanye yang didokumentasikan penelitian. Dengan demikian, keberadaan simbol dan jaringan keagamaan lebih tepat dibaca sebagai bagian dari strategi pendekatan kepada konstituen yang berinteraksi dengan faktor kandidat, organisasi, isu, dan karakter sosial masyarakat.

Strategi mobilisasi identitas juga berkembang melalui produksi isu dan simbol komunikasi yang beredar melalui media konvensional maupun digital. Wibiyanto dan Hastiningsih (2019), berdasarkan analisis terhadap media di Jawa Tengah, mengidentifikasi sejumlah isu dalam Pilpres 2019, termasuk politik identitas, profil kandidat, kebijakan kartu, tagar #2019GantiPresiden, pemindahan pusat kemenangan Prabowo–Sandi ke Jawa Tengah, serta wacana politik lainnya yang menjadi bahan agenda media. Data penelitian di Surakarta juga mencatat penggunaan tagar #2019GantiPresiden dan pesan tandingan dari pendukung Jokowi, yang memperlihatkan bahwa kompetisi berlangsung sekaligus dalam arena simbolik dan komunikasi digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa konstruksi identitas selama kampanye tidak hanya berlangsung melalui pertemuan langsung antara kandidat dan masyarakat, tetapi juga melalui proses framing yang membuat isu tertentu menjadi lebih menonjol dalam persepsi publik.

Tabel 2. Bentuk Pendekatan Kampanye Pasangan Calon di Kota Surakarta

Pasangan calon	Aktivitas yang tercatat dalam data penelitian	Basis/ruang yang disasar	sosial	Dimensi strategi
Jokowi–Ma’ruf	Ziarah ke makam KH Ahmad Umar Abdul Mannan dan silaturahmi dengan Nahdliyin	Pesantren dan komunitas keagamaan		Keagamaan dan jaringan sosial
Jokowi–Ma’ruf	Aktivitas Jokowi bersama keluarga di ruang publik Kota Solo	Masyarakat umum		Kedekatan personal dan lokalitas
Prabowo–Sandi	Kunjungan ke Majelis Tafsir Alquran	Komunitas keagamaan		Keagamaan
Prabowo–Sandi	Kunjungan ke Pondok Pesantren Takmirul Islam	Pesantren		Keagamaan
Prabowo–Sandi	Kunjungan Sandiaga ke pembatik Laweyan dan pengenalan gagasan OK OCE	Pelaku usaha/batik		Ekonomi dan kewirausahaan
Prabowo–Sandi	Konsolidasi Badan Pemenangan Nasional di Solo	Struktur politik dan pendukung		Organisasi politik
Prabowo–Sandi	Pertemuan dengan komunitas basket	Pemilih muda/komunitas		Kepemudaan
Prabowo–Sandi	Kampanye nasional milenial dan UKM	Milenial dan pelaku usaha		Generasi muda dan ekonomi
Prabowo–Sandi	Kampanye terbuka	Masyarakat umum		Mobilisasi massa

Sumber: Data dokumentasi kampanye dalam naskah penelitian, diolah peneliti.

Data pada Tabel 2 memperlihatkan bahwa aktivitas kampanye di Surakarta menggunakan ruang sosial yang berlapis, mulai dari pesantren dan organisasi keagamaan hingga komunitas usaha dan generasi muda. Perbedaan jumlah kegiatan yang tercatat dalam dokumen tidak dapat dipakai untuk mengukur intensitas kampanye secara langsung karena data penelitian tidak menyatakan bahwa daftar tersebut merupakan keseluruhan aktivitas masing-masing pasangan selama masa kampanye. Hal yang lebih penting secara analitis adalah adanya diversifikasi sasaran yang menunjukkan bahwa identitas pemilih diperlakukan sebagai konfigurasi sosial yang multidimensional daripada sekadar pembelahan agama. Temuan Fernando et al. (2023) turut menunjukkan bahwa keberadaan mayoritas penduduk

Muslim di Indonesia tidak otomatis menghasilkan dominasi elektoral partai berbasis Islam, sehingga hubungan antara identitas agama dan perilaku memilih harus dianalisis secara lebih kompleks.

Peranan organisasi keagamaan menjadi salah satu aspek penting dalam persepsi para aktor politik yang diwawancarai dalam penelitian ini. Informan dari tim pendukung Jokowi–Ma'ruf, misalnya, memandang keterkaitan Ma'ruf Amin dengan NU sebagai keuntungan bagi mobilisasi dukungan, sedangkan informan dari kubu Prabowo–Sandi juga menilai bahwa konfigurasi sosial-politik yang telah terbentuk sebelum pemilu memberikan ruang bagi mobilisasi kelompok oposisi. Pernyataan informan tersebut penting sebagai data mengenai cara aktor politik memahami basis konstituen, tetapi tidak dapat digeneralisasi sebagai bukti bahwa seluruh anggota NU, Muhammadiyah, atau kelompok keagamaan lainnya memilih kandidat tertentu. Temuan Fernando et al. (2023) justru memperlihatkan bahwa pemilih Muslim Indonesia tidak selalu menerjemahkan identitas keagamaannya menjadi dukungan kepada kekuatan politik berbasis identitas agama, sehingga afiliasi sosial dan preferensi elektoral merupakan dua hal yang perlu dibedakan.

Pola tersebut memperlihatkan bahwa identitas organisasi dapat berfungsi sebagai jaringan komunikasi dan akses politik tanpa harus menghasilkan perilaku pemilih yang homogen. Kajian Widian et al. (2023) menunjukkan bahwa penggunaan narasi Islam dalam Pemilu 2019 berkaitan dengan penyesuaian strategis para aktor terhadap lingkungan politik yang mereka hadapi, bukan semata-mata konsekuensi mekanis dari religiositas masyarakat. Hal serupa terlihat dalam kasus Surakarta ketika kampanye berbasis pesantren, organisasi keagamaan, komunitas usaha, dan generasi muda berjalan secara berdampingan dalam upaya memperluas basis dukungan. Karena itu, strategi politik identitas lebih tepat dipahami sebagai upaya mengaktifkan sumber kedekatan tertentu dalam proses komunikasi politik daripada sebagai mekanisme tunggal yang menentukan pilihan seluruh anggota suatu komunitas.

Transformasi media turut memperbesar kemampuan aktor politik untuk mengemas simbol identitas ke dalam bentuk yang lebih mudah disebarkan kepada publik. Achfandhy et al. (2024) menemukan bahwa politisasi agama dapat muncul dalam konten multimodal di media sosial melalui kombinasi teks, gambar, video, audio, dan bentuk representasi lain, serta menghubungkan fenomena tersebut dengan pengalaman kontestasi politik 2017 dan 2019. Dalam konteks Jawa Tengah, Wibiyanto dan Hastiningsih (2019) memperlihatkan bahwa politik identitas dan tagar politik termasuk di antara isu yang masuk dalam proses framing serta agenda pemberitaan media selama Pilpres 2019. Integrasi antara kampanye lapangan dan arena digital tersebut membuat konstruksi identitas berlangsung secara simultan melalui perjumpaan langsung, jaringan organisasi, pemberitaan, dan reproduksi pesan di media sosial.

Meski demikian, pemanfaatan identitas dalam kampanye tidak selalu mengambil bentuk eksklusif karena kandidat juga dapat menggabungkannya dengan pesan kebangsaan, ekonomi, kesejahteraan, dan kedekatan personal. Penelitian Fox dan Menchik (2023) terhadap 572 kandidat partai Islam menunjukkan adanya variasi antara daya tarik nasionalis yang inklusif dan daya tarik Islam yang lebih eksklusif, dengan karakter kampanye dipengaruhi oleh kondisi sosial serta jenis konstituensi. Temuan tersebut relevan dengan data Surakarta karena kedua pasangan tidak hanya mendatangi komunitas keagamaan, tetapi juga menjangkau ruang ekonomi, komunitas pemuda, struktur politik, dan masyarakat umum. Oleh karena itu, politik identitas pada kasus ini harus ditempatkan di dalam strategi kampanye yang lebih luas, bukan dipisahkan dari dimensi programatik dan hubungan sosial kandidat dengan pemilih.

Secara keseluruhan, temuan penelitian memperlihatkan bahwa konstruksi politik identitas dalam kampanye Pilpres 2019 di Surakarta dibentuk melalui kombinasi jaringan keagamaan, lokalitas kandidat, komunitas sosial, isu media, simbol digital, dan strategi segmentasi pemilih. Aktivitas kedua pasangan menunjukkan adanya proses adaptasi terhadap karakter Surakarta, tetapi data yang tersedia tidak mendukung kesimpulan bahwa satu jenis identitas secara sendirian menentukan arah pilihan masyarakat. Literatur mutakhir juga menunjukkan bahwa penggunaan agama dalam kontestasi Indonesia bersifat strategis dan kontekstual, sementara afiliasi terhadap kelompok mayoritas tidak selalu diterjemahkan secara langsung menjadi preferensi terhadap kekuatan politik yang menggunakan identitas serupa (Fernando et al., 2023; Widian et al., 2023; Widiatmaka et al., 2024). Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa politik identitas di Surakarta bekerja terutama sebagai mekanisme komunikasi dan mobilisasi yang memperkuat kedekatan kandidat

dengan segmen sosial tertentu, sementara keputusan elektoral tetap terbentuk melalui interaksi sejumlah faktor politik, sosial, ekonomi, dan personal.

Pengaruh Politik Identitas terhadap Perilaku Pemilih dan Implikasinya bagi Demokrasi Lokal di Surakarta

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh politik identitas terhadap perilaku pemilih di Kota Surakarta bekerja terutama melalui pembentukan rasa kedekatan sosial, kedaerahan, dan keagamaan terhadap kandidat. Wawancara dalam penelitian memperlihatkan adanya warga yang mengaitkan dukungannya dengan kebanggaan terhadap Joko Widodo sebagai figur yang berasal dari Surakarta dan dengan posisi Ma'ruf Amin sebagai tokoh yang dekat dengan lingkungan Nahdlatul Ulama. Dalam perspektif Abdillah (2002), identitas dapat menjadi sumber pembentukan solidaritas ketika persamaan tertentu ditempatkan sebagai dasar untuk membedakan posisi suatu kelompok dalam ruang sosial dan politik. Temuan Hemay et al. menunjukkan pula bahwa dalam kasus Pemilihan Presiden 2019 di Madura, jaringan organisasi keagamaan dan otoritas ulama dapat berperan dalam mobilisasi pemilih, sementara identitas agama kandidat secara eksplisit tidak selalu menjadi faktor yang paling efektif.

Identitas kedaerahan terlihat menonjol karena hubungan historis dan politik Joko Widodo dengan Surakarta memberikan konteks lokal yang berbeda dibandingkan wilayah lain. Data penelitian menggambarkan status Joko Widodo sebagai putra daerah dan perjalanan politiknya di Surakarta sebagai salah satu sumber kedekatan simbolik yang dipersepsikan menguntungkan dalam kontestasi 2019. Sumber kontekstual Firdaus (2019) yang digunakan dalam naskah awal juga menunjukkan bahwa Surakarta dipandang sebagai salah satu arena penting persaingan elektoral kedua pasangan calon menjelang pemungutan suara. Kajian Adrian (2013) mengenai identitas etnis dalam Pilkada DKI Jakarta serta Sahalatus (2018) mengenai politik identitas dalam Pilkada DKI memperlihatkan bahwa hubungan antara identitas dan kontestasi lokal telah menjadi persoalan penelitian sebelumnya, meskipun konteks keduanya tidak dapat langsung disamakan dengan Surakarta.

Dimensi keagamaan membentuk lapisan lain dari politik identitas karena organisasi, tokoh agama, serta jaringan sosial-keagamaan menjadi bagian dari ruang komunikasi politik kedua pasangan calon. Literatur klasik seperti Setiawan (2007) mengenai nasionalisme NU dan Muchtarom (2002) mengenai konfigurasi santri dan abangan memberikan konteks historis bagi hubungan antara identitas keagamaan dan kehidupan sosial-politik masyarakat Indonesia. Ichwan dan Slama (2022) menemukan adanya variasi posisi diskursif aktor Islam terhadap Pancasila, mulai dari penerimaan penuh hingga reinterpretasi hubungan antara Islam dan ideologi negara, sehingga Islam politik sendiri tidak dapat dipahami sebagai kategori yang homogen. Qodir dan Hefner (2024) juga menunjukkan bahwa partai Islam maupun partai nasionalis sama-sama berusaha memperoleh suara masyarakat Muslim dengan mengangkat isu yang jauh lebih luas daripada identitas agama semata, termasuk pendidikan, kemiskinan, perempuan, dan keberlangsungan Islam dalam kehidupan sosial.

Pengaruh politik identitas juga diperluas oleh media karena simbol dan narasi yang sebelumnya beredar dalam pertemuan politik dapat direproduksi dengan cepat di ruang digital. Sumber-sumber kontekstual dalam daftar pustaka awal, seperti Pratomo dan Novelia, Rosdiani, serta tulisan Kompasiana mengenai dinamika politik menjelang kontestasi sebelumnya, merekam bagaimana isu identitas telah menjadi bagian dari wacana publik meskipun sumber tersebut tidak memiliki bobot akademik yang sama dengan jurnal ilmiah. Data penelitian yang lebih langsung menunjukkan keberadaan pertarungan simbolik melalui penggunaan tagar #2019GantiPresiden dan narasi tandingan pendukung pasangan lain selama Pilpres 2019. Karena kualitas sumber berbeda, artikel jurnal seperti Neyazi et al. (2022) dan Syahputra et al. (2024) lebih tepat digunakan sebagai dasar analitis, sedangkan sumber daring lama ditempatkan terutama sebagai dokumentasi konteks politik pada periode penelitian.

Tabel 3. Matriks Pengaruh Politik Identitas dan Respons Kelembagaan dalam Pilpres 2019 di Kota Surakarta

Dimensi	Indikator empiris dalam penelitian	Bentuk pengaruh/manifestasi	Interpretasi analitis
Identitas kedaerahan	Jokowi dipersepsikan sebagai putra daerah Surakarta	Kedekatan simbolik dan kebanggaan lokal	Dapat memperkuat identifikasi kandidat, tetapi tidak membuktikan motif seluruh pemilih
Identitas keagamaan	Ma'ruf Amin dikaitkan dengan NU	Mobilisasi melalui jaringan dan otoritas keagamaan	Agama berfungsi sebagai salah satu sumber kedekatan sosial
Identitas keagamaan kubu Prabowo–Sandi	Kunjungan ke MTA dan pesantren di Surakarta	Pendekatan kepada komunitas religius	Menunjukkan bahwa ruang agama menjadi arena komunikasi bagi lebih dari satu kubu
Identitas digital	#2019GantiPresiden dan narasi tandingan	Pembentukan diferensiasi politik di media sosial	Memperluas penyebaran dan reproduksi identitas kelompok
Preferensi pemilih	Dukungan warga dikaitkan oleh sebagian informan dengan kesamaan daerah dan organisasi	Identifikasi sosial dalam pertimbangan politik	Harus dibaca bersama faktor kandidat, program, ekonomi, dan jaringan politik
Respons Bawaslu Surakarta	Identitas dinilai tidak otomatis bermasalah sepanjang tidak disalahgunakan	Pengawasan terhadap praktik kampanye	Penekanannya terletak pada bentuk penggunaan dan kepatuhan terhadap aturan
Respons KPU Surakarta	Perbedaan ideologis dinilai dapat hadir sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip pemilu	Pengakuan terhadap pluralitas politik	Identitas dibedakan dari praktik politisasi yang bermasalah
Hasil elektoral	Jokowi–Ma'ruf unggul pada lima kecamatan dalam data penelitian	Distribusi dukungan yang tidak seimbang	Hasil agregat tidak dapat membuktikan alasan individual memilih

Sumber: Diolah dari hasil wawancara, dokumentasi, dan data penelitian.

Tabel 3 menunjukkan bahwa politik identitas di Surakarta bekerja pada beberapa tingkat yang saling berhubungan daripada melalui satu variabel yang berdiri sendiri. Identitas kedaerahan, agama, organisasi sosial, dan komunikasi digital menghasilkan berbagai bentuk kedekatan yang dapat dimanfaatkan dalam mobilisasi politik, sedangkan penyelenggara pemilu memandang penggunaannya melalui kerangka kepatuhan terhadap aturan. Data hasil suara memperlihatkan keunggulan Jokowi–Ma'ruf pada seluruh kecamatan yang tercantum dalam penelitian, tetapi data agregat tersebut tidak mengungkap motif individual dari setiap pemilih. Oleh karena itu, hubungan antara identitas dan hasil elektoral lebih tepat dipahami sebagai hubungan kontekstual yang memerlukan dukungan wawancara serta interpretasi terhadap perilaku politik, bukan sebagai bukti kausal langsung.

Respons penyelenggara pemilu memberikan dimensi kelembagaan yang penting dalam memahami batas penggunaan identitas selama kampanye. Komisioner Bawaslu Kota Surakarta yang diwawancarai menyatakan bahwa identitas agama, suku, maupun bentuk identitas lainnya tidak

dipandang sebagai persoalan dengan sendirinya sepanjang tidak disalahgunakan atau bertentangan dengan ketentuan pemilu. Komisioner KPU Kota Surakarta dalam data penelitian juga membedakan keberadaan identitas atau ideologi politik dari tindakan politisasi agama yang dipandang perlu dihindari dalam praktik kampanye. Kedua pernyataan tersebut harus dipahami sebagai pandangan informan kelembagaan yang diwawancarai dalam penelitian, bukan sebagai pengganti interpretasi yuridis menyeluruh atas seluruh ketentuan hukum pemilu.

Implikasi demokratis dari politik identitas harus dibedakan antara artikulasi identitas yang merupakan bagian dari pluralitas masyarakat dan penggunaan identitas yang mendorong eksklusi atau permusuhan antarkelompok. Haridison (2013) dan Sulisworo et al. (2012) memberikan landasan konseptual bahwa demokrasi mensyaratkan partisipasi masyarakat sekaligus penyelenggaraan pemerintahan dan kompetisi politik dalam kerangka aturan bersama. Prihartanti et al. (2009) menunjukkan pentingnya memahami akar ketegangan kelompok dalam masyarakat plural sehingga perbedaan sosial tidak cukup diperlakukan hanya sebagai kategori demografis. Dalam analisis yang lebih mutakhir, Mietzner (2025) mencatat bahwa episode polarisasi telah memberikan tekanan terhadap kualitas demokrasi Indonesia, sementara kompetisi dan kompromi antarelite setelah pemilu juga dapat membatasi keberlanjutan konfrontasi ideologis tersebut.

Penelitian-penelitian setelah Pemilu 2019 semakin memperkuat pentingnya menghindari penjelasan tunggal terhadap perilaku pemilih Indonesia. Pepinsky (2025) menunjukkan bahwa agama, etnisitas, dan geografi merupakan bagian dari struktur *cleavage* sosial yang ekspresinya dalam kontestasi politik turut dibentuk oleh sistem pemilu, presidentialisme, struktur partai, dan insentif para politisi. Muhtadi (2025), dengan menggunakan data survei menjelang Pemilihan Presiden 2024, menemukan bahwa dukungan terhadap Prabowo pada periode tersebut lebih berkaitan dengan sejumlah konsepsi mengenai kepemimpinan kuat dan pemahaman demokrasi daripada sekadar nostalgia terhadap masa otoritarian. Kedua penelitian tersebut tidak dapat diproyeksikan secara langsung untuk menjelaskan perilaku pemilih Surakarta pada 2019, tetapi hasilnya memperkuat kehati-hatian analitis bahwa pilihan politik selalu terbentuk dari pertemuan berbagai orientasi dan konteks sosial.

Interpretasi terhadap pernyataan informan dalam penelitian ini juga perlu mempertahankan karakter penelitian kualitatif yang menempatkan pengalaman serta makna sosial dalam konteksnya. Nasution (2003) menekankan orientasi naturalistik dalam penelitian kualitatif sehingga pernyataan seperti “warga NU mendukung kandidat tertentu” atau “warga Surakarta memilih putra daerah” harus diperlakukan sebagai persepsi informan sampai tersedia bukti yang memungkinkan generalisasi lebih luas. Sumber pembanding seperti Perkumpulan untuk Pemilu dan Demokrasi, Adrian (2013), Sahalatus (2018), Pratomo dan Novelia, Rosdiani, serta tulisan *Kesepakatan rahasia Prabowo dan para naga untuk dukung Ahok* dapat membantu merekonstruksi konteks perkembangan wacana politik identitas, tetapi tidak ditempatkan setara dengan data primer atau artikel ilmiah teruji. Pendekatan tersebut memungkinkan hasil penelitian tetap memanfaatkan seluruh sumber yang telah dikumpulkan tanpa mengaburkan perbedaan antara bukti empiris utama, literatur akademik, dan bahan kontekstual.

Secara keseluruhan, hasil penelitian memperlihatkan bahwa politik identitas dalam Pemilihan Presiden 2019 di Kota Surakarta berfungsi sebagai salah satu mekanisme pembentukan kedekatan politik melalui identitas daerah, agama, organisasi sosial, dan simbol kampanye. Kemenangan elektoral Jokowi–Ma’ruf yang tampak dalam data seluruh kecamatan penelitian menunjukkan konfigurasi dukungan yang kuat, tetapi hasil agregat itu tidak cukup untuk menyatakan bahwa kesamaan identitas merupakan penyebab tunggal pilihan masyarakat. Literatur kontemporer menunjukkan bahwa identitas politik Indonesia berinteraksi dengan organisasi keagamaan, ideologi negara, struktur kelembagaan, karakter kepemimpinan, serta insentif elektoral sehingga perilaku pemilih lebih tepat dianalisis sebagai fenomena multidimensional (Ichwan & Slama, 2022; Qodir & Hefner, 2024; Pepinsky, 2025; Mietzner, 2025). Dengan demikian, kontribusi utama penelitian ini terletak pada temuan bahwa identitas di Surakarta bukan sekadar atribut sosial yang pasif, melainkan sumber daya politik yang dapat diaktifkan dalam proses mobilisasi dan komunikasi elektoral, sementara pengaruh akhirnya tetap bergantung pada interaksi dengan faktor politik dan sosial lainnya.

KESIMPULAN

Politik identitas dalam Pemilihan Presiden 2019 di Kota Surakarta menunjukkan pola yang multidimensional melalui keterkaitan identitas kedaerahan, agama, jaringan organisasi sosial, citra

kandidat, serta komunikasi politik di ruang digital. Identitas kedaerahan terutama terlihat melalui kedekatan historis dan politik Joko Widodo dengan Surakarta, sedangkan identitas keagamaan muncul melalui posisi Ma'ruf Amin dalam jaringan Nahdlatul Ulama serta pendekatan kedua pasangan calon terhadap komunitas dan institusi keagamaan. Hasil pemilihan yang memperlihatkan keunggulan Jokowi–Ma'ruf di seluruh kecamatan menunjukkan kuatnya dukungan elektoral terhadap pasangan tersebut, tetapi data agregat tidak dapat digunakan untuk menyimpulkan bahwa kesamaan identitas merupakan satu-satunya penyebab pilihan politik masyarakat. Politik identitas dengan demikian bekerja sebagai sumber daya komunikasi dan mobilisasi yang berinteraksi dengan rekam jejak kandidat, jaringan politik, kondisi sosial-ekonomi, pengalaman politik lokal, dan strategi kampanye.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa penggunaan identitas dalam kompetisi politik tidak selalu bersifat eksklusif, karena kedua pasangan calon mengombinasikan pendekatan berbasis agama dan komunitas dengan isu ekonomi, kepemudaan, kewirausahaan, serta kedekatan personal dengan masyarakat. Media sosial memperluas ruang artikulasi identitas melalui tagar, simbol, dan narasi politik yang mempertegas diferensiasi antarkelompok pendukung, sementara penyelenggara pemilu menempatkan penggunaan identitas dalam batas kepatuhan terhadap ketentuan kampanye dan prinsip demokrasi. Kondisi tersebut menegaskan bahwa perilaku pemilih Surakarta tidak dapat direduksi pada satu faktor identitas, melainkan terbentuk melalui interaksi berbagai orientasi sosial, politik, dan personal. Oleh karena itu, politik identitas dalam Pilpres 2019 di Surakarta lebih tepat dipahami sebagai instrumen kontekstual dalam pembentukan kedekatan dan mobilisasi elektoral daripada sebagai determinan tunggal preferensi pemilih.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdilah, U. S. (2002). *Politik identitas etnis: Pergulatan tanda tanpa identitas*. Indonesiatara.
- Achfandhy, M. I., Pujiyanto, W. T., Daniyarti, W. D., & Jamiah, R. (2024). The pre-presidential election 2024: Uncovering the consistency of religious politicization. *Jurnal Ilmiah Islam Futura*, 24(1), 67–84. <https://doi.org/10.22373/jiif.v24i1.17103>
- Adrian, F. (2013). *Identitas etnis dalam pemilihan kepala daerah: Studi pemilihan Gubernur DKI Jakarta tahun 2012* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta].
- Ardhana, I. K. (2011). Etnisitas dan identitas: Integrasi etnis dan identitas dalam terwujudnya masyarakat multibudaya di Bali. In *Masyarakat multikultural Bali: Tinjauan sejarah, migrasi, dan integrasi*. Pustaka Larasan.
- Budiardjo, M. (2008). *Dasar-dasar ilmu politik* (Edisi revisi). Gramedia Pustaka Utama.
- Fernando, H., Larasati, Y. G., Abdullah, I., Jubba, H., Mugni, A., & Persadha, P. D. (2023). The de-existence of Islamic political parties in general elections: A case study of Indonesia as a Muslim-majority country. *Cogent Social Sciences*, 9(1), Article 2225838. <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2225838>
- Firdaus, F. (2019, April 17). *Jokowi atau Prabowo bakal menang Pilpres 2019 di Surakarta?* Tirto.id.
- Fox, C. A., & Menchik, J. (2023). Islamic political parties and election campaigns in Indonesia. *Party Politics*, 29(4), 622–635. <https://doi.org/10.1177/13540688221091656>
- Gama, B., Sudardi, B., Abdullah, W., & Wijaya, M. (2021). Construction of self-identity: “Blusukan” as the strategy of campaigning for Surakarta city mayor election. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, 12(2), 222–235. <https://doi.org/10.14710/politika.12.2.2021.222-235>
- Harahap, F. R. (2014). Politik identitas berbasis agama. In *Transformasi demokrasi Indonesia menuju perubahan yang bermakna* (pp. 517–527). Konferensi Nasional Sosiologi III.
- Haridison, A. (2013). Pembangunan politik: Demokrasi, governance, dan supremasi hukum. *Jurnal Administrasi Publik*, 1–10.
- Hemaya, I., Muradi, Paskarina, C., & Solihah, R. (2026). Democracy in the face of identity politics: Indonesian citizens' perspectives. *Democracy and Security*, 22(1), 29–53. <https://doi.org/10.1080/17419166.2024.2443854>
- Ichwan, M. N., & Slama, M. (2022). Reinterpreting the first pillar of the nation: (Dis)continuities of Islamic discourses about the state ideology in Indonesia. *Politics, Religion & Ideology*, 23(4), 457–474. <https://doi.org/10.1080/21567689.2022.2139687>
- Jati, W. R. (2022). Polarization of Indonesian society during 2014–2020: Causes and its impacts toward democracy. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 26(2), 152–167. <https://doi.org/10.22146/jsp.66057>

- Kesepakatan rahasia Prabowo dan para naga untuk dukung Ahok.* (2012, September 13). Kompasiana.
- Maarif, A. S., Sinaga, M. L., Mulia, S. M., Hiarije, E., Asfinawati, Sudjarmiko, B., Khisbiyah, Y., & Pariela, T. D. (2012). *Politik identitas dan masa depan pluralisme kita* (I. Ali-Fauzi & S. R. Panggabean, Eds.; Edisi digital). Democracy Project.
- Mietzner, M. (2025). The limits of autocratisation in Indonesia: Power dispersal and elite competition in a compromised democracy. *Third World Quarterly*, 46(2), 153–169. <https://doi.org/10.1080/01436597.2024.2317970>
- Muchtarom, Z. (2002). *Islam di Jawa dalam perspektif santri dan abangan*. Salemba Diniyah.
- Muhtadi, B. (2025). Collective memory, democratic ambivalence, and authoritarian notions of democracy: Explaining the rise of Prabowo Subianto. *Journal of Current Southeast Asian Affairs*, 44(3), 385–412. <https://doi.org/10.1177/18681034251337763>
- Nasution, S. (2003). *Metode penelitian naturalistik-kualitatif*. Tarsito.
- Neyazi, T. A., Ng, A. Y. K., Kuru, O., & Muhtadi, B. (2022). Who gets exposed to political misinformation in a hybrid media environment? The case of the 2019 Indonesian election. *Social Media + Society*, 8. <https://doi.org/10.1177/20563051221122792>
- Pepinsky, T. B. (2025). Cleavages, institutions, and democracy in Indonesia: The 2024 elections in comparative perspective. *Journal of Current Southeast Asian Affairs*, 44(3), 345–365. <https://doi.org/10.1177/18681034251349467>
- Perkumpulan untuk Pemilu dan Demokrasi. (n.d.). *Pilkada DKI yang menembus sekat*.
- Prasetyawan, W. (2022). Inequality and the 2019 presidential election in Indonesia: Beyond identity politics. *Signifikan: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 11(1), 1–16. <https://doi.org/10.15408/sjie.v11i1.22540>
- Pratomo, N., & Novelia. (n.d.). *Tinjauan kondisi politik 2017: Mempersiapkan tahun politik 2019*. Validnews.
- Prihartanti, N., Taufik, & Thoyibi, M. (2009). Mengurai akar kekerasan etnis pada masyarakat pluralis. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 10(2), 107–120.
- Qodir, Z., & Hefner, R. W. (2024). Debunking the myth of Islamic parties: Political ideology and electoral contestation in Indonesia during the lead-up to the 2024 election. *Journal of Indonesian Islam*, 18(1), 180–205. <https://doi.org/10.15642/JIIS.2024.18.1.180-205>
- Qodir, Z., Jubba, H., & Hidayati, M. (2022). Contesting ethnic and religious identities in the 2019 Indonesian elections: Political polarization in West Kalimantan. *Studia Islamika*, 29(1), 111–142. <https://doi.org/10.36712/sdi.v29i1.12940>
- Rosdiani, D. (n.d.). *Kondisi politik Indonesia*. Kompasiana.
- Sahalatua, A. P. (2018). *Politik identitas dalam pemilihan kepala daerah: Studi kasus pada pemilihan Gubernur DKI Jakarta periode 2017–2022* [Skripsi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa].
- Setiawan, Z. (2007). *Nasionalisme NU*. Aneka Ilmu.
- Subekti, D., Sutan, A. J., Nurmandi, A., Mutiarin, D., & Al-Hamdi, R. (2023). The protest voting behaviour among local voters in the 2020 Surakarta mayoral election. *Asian Journal of Comparative Politics*, 8(4), 840–854. <https://doi.org/10.1177/20578911231161910>
- Sukanto. (2010). Politik identitas: Suatu kajian awal dalam kerangka dan interaksi “lokalitas” dan “globalisasi”. *Jurnal Sejarah dan Budaya*, 3(2), 9–23.
- Sulisworo, D., Wahyuningsih, T., & Arif, D. B. (2012). *Demokrasi* [Bahan ajar Pendidikan Kewarganegaraan]. Universitas Ahmad Dahlan.
- Syahputra, I., Riyanto, W. F., Pratiwi, F. D., & Virga, R. L. (2024). Escaping social media: The end of netizen’s political polarization between Islamists and nationalists in Indonesia? *Media Asia*, 51(1), 62–80. <https://doi.org/10.1080/01296612.2023.2246726>
- Wadipalapa, R. P. (2023). The communist imaginary in Indonesia’s 2014 and 2019 presidential elections. *Asian Journal of Political Science*, 31(3), 197–221. <https://doi.org/10.1080/02185377.2023.2270947>
- Wibiyanto, A., & Hastiningsih, W. T. (2019). Pengelolaan isu pemilihan umum presiden Republik Indonesia tahun 2019 pada media di Jawa Tengah. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 4(2), 263–292. <https://doi.org/10.22515/balagh.v4i2.1832>

- Widian, R., Satya, P. A. N. I. P., & Yazid, S. (2023). Religion in Indonesia's elections: An implementation of a populist strategy? *Politics and Religion*, 16(2), 351–373. <https://doi.org/10.1017/S1755048321000195>
- Widiatmaka, P., Nuryadi, M. H., Sugiyanto, A., & Yani, A. (2024). Politik agama di Indonesia: Politisasi agama Islam dalam kontestasi pemilihan umum. *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 24(2), 127–140. <https://doi.org/10.21831/hum.v24i2.71424>