

ETNISITAS DALAM POLITIK
(STUDI TENTANG STRATEGI CALON LEGISLATIF ETNIS BATAK DALAM
PEMILIHAN UMUM LEGISLATIF DI DAERAH PEMILIHAN SIAK 4
KABUPATEN SIAK TAHUN 2014)

Oleh:
Ammar Zuhar
Email: nabiilammar@gmail.com
Pembimbing: Adlin, S.Sos., M.Si.

Jurusan Ilmu Pemerintahan-Prodi Ilmu Pemerintahan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km. 12.5 Simp. Baru Pekanbaru 28293
Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

This research aims to see the victory of the Batak ethnic candidates in legislative elections in the electoral district Siak 4 on 2014 and the focus of this research is how the political strategy of the Batak ethnic candidates in the legislative elections unum. Besides that are the focus of this research was the influence of ethnic communities in the Batak winning candidates in the electoral district Siak 4 on the Siak district legislative elections in 2014. In this research, using qualitative methods, then to describe the data presented in the form of qualitative describe the real situation in detail and the actual look at the problem and research objectives. This research using *purposive sampling* and interviewing informants as objects of information that aims to achieve the purpose of obtaining information in the study. The type of data used in this research are primary and secondary

The results showed in pursuing a strategy undertaken by candidates Batak in legislative elections in the constituency Siak 4 on 2014, there are several strategies undertaken by candidates Batak ethnic like using the communication strategy of groups, communication between individuals and the use of media outside. Role Batak ethnic communities so strongly that a strategy candidates utilizing ethnic Batak in legislative elections in the electoral district in Siak 4 on 2014. So that the ethnic Batak utilization strategy undertaken by candidates of ethnic Batak

Key Words: *Politic Strategic, Legislative Election, Batak Etnic*

Pendahuluan

Pemilihan Umum (Pemilu) adalah suatu proses dimana para pemilih memilih orang-orang untuk mengisi jabatan-jabatan politik tertentu. Jabatan-jabatan politik beraneka ragam mulai dari Presiden, wakil rakyat di berbagai tingkat pemerintahan sampai kepala desa. Sistem pemilu digunakan di Indonesia adalah asas langsung, umum, bebas, rahasia (luber), serta jujur dan adil.

Berbagai strategi dilakukan untuk memenangkan pemilihan, diantaranya menggerakan seluruh tim sukses untuk mempersiapkan para calon legislatif ini, serta merancang strategi kampanye. Tujuannya antara lain adalah untuk memenangkan dukungan masyarakat terhadap kandidat-kandidat yang diajukan partai politik agar dapat menduduki jabatan-jabatan politik yang diperebutkan lewat proses pemilihan umum. Bagi para calon legislatif, kampanye merupakan hal yang sangat penting dan sangat menentukan, karena salah strategi kampanye bisa mengakibatkan kekalahan dalam pemilihan suara.

Di Indonesia secara relatif terdapat kesetiaan etnis yang relatif tinggi dan bahwa partai politik Indonesia dipengaruhi oleh etnisitas. Kesetiaan etnis di Indonesia masih tampak signifikan dan mengabaikan faktor etnis dapat menimbulkan kesalahpahaman mengenai politik di Indonesia. Maka dapat dikatakan hal diatas menunjukkan adanya pengaruh etnisitas terhadap perilaku politik seseorang.

Jika berbicara etnis di Kabupaten Siak dan dikaitkan dengan pemilihan legislatif maka dapat dilihat latar belakang perilaku pemilih. Jika loyalitas dan etnisitas tidak dapat dipisahkan, benar kemungkinan juga yang terjadi di Kabupaten Siak dalam melaksanakan proses demokrasi di daerah yaitu pemilihan legislatif. Bawa adanya kesetiaan pemilih terhadap calon pemimpin yang akan dipilih berdasarkan etnis yang sama pula dan ini sangat berpengaruh.

Selain strategi pencitraan, partai politik dan calon legislatif juga sering kali melakukan pendekatan kepada masyarakat dengan cara melakukan kampanye komunikasi dan juga kampanye melalui media.

Pada tahun 2014 kabupaten Siak melaksanakan pesta demokrasi daerah tepatnya pada tanggal 9 April 2014 yaitu melaksanakan pemilihan legislatif sesuai dengan undang-undang No. 10 tahun 2008 Tentang Pemilihan Umum Anggota DPR, DPD dan DPRD. Ada 13 Kecamatan yang mengikuti pesta demokrasi di Kabupaten Siak. Jumlah kursi DPRD Kabupaten Siak, Provinsi Riau periode 2014-2019 menjadi 40 buah atau bertambah 5 dari periode 2009-2014 sejalan dengan peningkatan jumlah penduduk pada kurun tahun 2009-2014. Meski jumlah kursi menjadi 40, daerah pemilihannya tidak berubah yakni tetap empat dapil.

Tabel

Jumlah Anggota Legislatif Etnis Batak, Non Batak Berdasarkan Daerah Pemilihan Siak 4 di Kabupaten Siak Tahun 2014

DAPIL	ETNIS BATAK	%	NON BATAK	%	JUMLAH ANGGOTA	%
SIAK 1	0	0	10	100%	10	100%
SIAK 2	2	18%	7	82%	9	100%
SIAK 3	3	27%	8	73%	11	100%
SIAK 4	6	60%	4	40%	10	100%
Total	11		29		40	

Sumber: Data Olahan Lapangan 2015

Berdasarkan tabel diatas dari 40 jumlah anggota DPRD yang terpilih, ada 11 anggota legislatif yang beretnis batak yang mana sisanya dari etnis non batak atau campuran. Beretnis batak hanya ada di dapil 2, dapil 3 dan dapil 4. Yang mana untuk di dapil 2 sebanyak dua orang atau 18%, untuk di dapil 3 sebanyak tiga orang atau 27% dan untuk dapil 4 sebanyak 6 orang atau 60%.

Anggota legislatif beretnis batak di dapil 4 yaitu sebanyak 6 orang dari 10 orang yang terpilih di dapil 4. Ada 6 anggota legislatif etnis batak yang terpilih

berdasarkan suara sah dan dari partainya masing-masing. Marihot Lumban Tobing mendapat suara terendah yaitu 758 suara sah dari partai Nasdem sedangkan Hohen Saragih dan M. Ariadi Tarigan mendapat suara terbanyak yaitu 2.169 dan 2131 suara sah dari partai PDI-P dan HANURA. Kedua anggota legislatif tersebut sama-sama mendapat suara sah diatas dua ribu lebih. Hal ini sangat menarik jika dilihat di Dapil 4 merupakan basis dari masyarakat beretnis batak terutama di kecamatan Kandis. Dan ini menjadi alasan kenapa para calon anggota legislatif yang beretnis batak memilih Dapil 4.

Kemenangan mayoritas calon legislatif etnis Batak di dapil 4, sekaligus mengawali era baru peran politik etnis Batak di Kabupaten Siak. Sebab pada era sebelumnya Etnis Batak tidak atau kurang memiliki peran yang cukup strategis dalam perpolitikan di Kabupaten Siak. Hal sama terjadi pada era pemerintahan Orde Baru, dimana berbagai program pembangunan sangat gencar dilaksanakan di berbagai daerah di Indonesia termasuk di Kabupaten Siak, etnis Batak yang pada umumnya berada dipedalaman lainnya di Kabupaten Siak belum tersentuh oleh program-program pembangunan yang diluncurkan. Program dan kebijakan pembangunan cenderung dilaksanakan di wilayah perkotaan Kabupaten Siak, maka secara otomatis hal ini lebih banyak dinikmati oleh orang-orang yang bertempat tinggal di kota. Sedangkan di wilayah pedalaman kehidupan sosial ekonomi masyarakatnya masih tertinggal sulit mengalami kemajuan, bahkan etnis Batak semakin tampak tertinggal dengan masyarakat lainnya. Keberadaan mereka lebih sebagai penonton dan bukan aktor dalam pembangunan.

Naiknya calon legislatif etnis batak ini sekaligus menandai masuknya etnis Batak dalam sektor publik. Dimana etnis batak pada era sebelumnya sangat sulit untuk berperan aktif melalui pemilihan umum legislatif di Kabupaten Siak. Seiring terus perkembangan zaman dan perkembangan etnis Batak yang

pertumbuhannya terus berkembang pesat. Jika dilihat dari pemilu legislatif tahun 2014, anggota legislatif yang beretnis batak yang terpilih untuk keseluruhan dapil adalah 11 orang, lebih banyak dibandingkan dengan pemilu sebelumnya pada tahun 2009 yaitu hanya 5 orang. Ini sangat menarik dimana dalam kurun lima tahun, perkembangan calon anggota legislatif yang terpilih sangat signifikan.

Rumusan Masalah

Bagaimana strategi politik calon legislatif etnis batak dalam pemilihan legislatif di daerah pemilihan Siak 4 kabupaten siak?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan bagaimana strategi calon legislatif etnis batak dalam pemilihan legislatif di daerah pemilihan Siak 4 kabupaten Siak.

2 Manfaat Penelitian

- Sebagai karya ilmiah yang bermanfaat untuk mengasah kemampuan penulis dalam meneliti fenomena politik yang terjadi sehingga menambah pengetahuan penulis mengenai masalah yang diteliti.
- Sebagai bahan referensi bagi pihak yang terkait dalam memenangkan pemilihan legislatif di Kabupaten Siak pada periode berikutnya.
- Sebagai bahan acuan bagi yang ingin melakukan penelitian pada permasalahan yang sama.

Kerangka Teori

1. Politik Identitas

Secara teoritis politik identitas merupakan sesuatu yang bersifat hidup atau ada dalam setiap etnis, dimana keberadaannya bersifat laten dan potensial, dan sewaktu-waktu dapat muncul kepermukaan sebagai kekuatan politik yang dominan. Secara empiris, politik identitas

merupakan aktualisasi partisipasi politik yang terkonstruksi dari akar budaya masyarakat setempat, dan mengalami proses internalisasi secara terus-menerus didalam kebudayaan masyarakatnya dalam suatu jalinan interaksi sosial.

Menurut Castells, politik identitas merupakan partisipasi individual pada kehidupan sosial yang lebih ditentukan oleh budaya dan psikologis seseorang. Identitas merupakan proses konstruksi dasar dari budaya dan psikokultural dari seorang individu yang memberikan arti dan tujuan hidup dari individu tersebut, karena terbentuknya identitas adalah dari proses dialog internal dan interaksi sosial (Castells, 2010:6-7).

Permasalahan kemudian adalah, bagaimana seseorang atau sekelompok orang mengonstruksikan pembangunan identitas, siapa yang berperan untuk menentukan arah pembangunan identitas tersebut, dan apa kegunaannya? Dalam hubungan ini, castells (2010:8) menyebutkan tiga bentukan pembangunan identitas:

- a. Identitas Legitimasi (Identitas Kepentingan) yaitu identitas yang diperkenalkan oleh sebuah institusi yang mendominasi suatu masyarakat untuk merasionalisasikan dan melanjutkan dominasinya terhadap aktor-aktor sosial, seperti misalnya suatu institusi negara yang mencoba meningkatkan identitas kebangsaan anggota masyarakat.
- b. Identitas Resisten (Identitas Minoritas) yaitu sebuah proses pembentukan identitas oleh aktor-aktor sosial didalam kondisi tertekan dengan adanya dominasi dan stereotipe oleh pihak-pihak lain sehingga membentuk resistensi dan pemunculan identitas yang berbeda dari pihak yang mendominasi, dengan tujuan untuk keberlangsungan hidup kelompok atau golongannya.

c. Identitas Proyek (identitas berdasarkan isu) yaitu suatu identitas dimana aktor-aktor sosial membentuk suatu identitas baru yang dapat menentukan posisi-posisi baru dalam masyarakat sekaligus mentransformasi struktur masyarakat secara keseluruhan.

2. Multikulturalisme

Multikulturalisme merupakan pola pikir yang menuntut kesediaan untuk menerima kehadiran kelompok dan sistem nilai lain dalam kehidupan bersama tanpa memperdulikan perbedaan budaya, stratifikasi sosial, jender dan agama. Konsep ini sejalan dengan pandangan yang menyatakan multikulturalisme sebagai ideologi yang mengakui dan mengagungkan perbedaan dan kesederajatan manusia baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat sekaligus dengan kebudayaannya (Suparlan,2002:45). Selain itu, ada yang menyebut multikulturalisme sebagai prinsip yang menghendaki semua kita harus menerima perbedaan, terbuka terhadap perubahan, menghendaki kesetaraan, mampu mengenali diri kita yang sesungguhnya dalam hubungan dengan “keasingan” orang lain; prinsip ini harus menjadi pijakan dalam mengambil setiap tindakan (Watson,2000:10).

3. Strategi Politik

Menurut Scholder (dalam Samad Umarama, 2009:13) Strategi politik adalah segala tindakan terencana yang digunakan untuk mewujudkan cita-cita politik.

Kata strategi adalah turunan dari kata dalam bahasa Yunani, *strategos*. Adapun *strategos* dapat diterjemahkan “komandan militer” pada zaman demokrasi Athena. Menurut Mintzberg (2007), konsep strategi itu sekurang-kurangnya mencakup lima arti yang saling terkait, dimana strategi adalah suatu:

- 1) Perencanaan untuk semakin memperjelas arah yang ditempuh organisasi secara rasional dalam mewujudkan

- tujuan-tujuan jangka panjangnya.
- 2) Acuan yang berkenaan dengan penilaian konsistensi ataupun inkonsistensi perilaku serta tindakan yang dilakukan oleh organisasi.
 - 3) Sudut yang diposisikan oleh organisasi saat memunculkan aktifitasnya.
 - 4) Suatu perspektif yang menyangkut visi yang terintegrasi antara organisasi dengan lingkungannya yang menjadi batas bagi aktifitasnya.
 - 5) Rincian langkah taktis organisasi yang berisi informasi untuk mengetahui para pesaing.

4. Kampanye

Kampanye adalah tindakan yang mempengaruhi dengan cara apapun untuk membuat komunikasi berpihak kepada komunikator. Setiap aktivitas kampanye komunikasi setidaknya harus mengandung 4 hal, yakni: (1) tindakan kampanye yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu, (2) jumlah khalayak sasaran yang besar, (3) biasanya dipusatkan dalam kurun waktu dan (4) melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisir.

a. Pesan Kampanye

Menurut Venus (2007:70) kampanye pada dasarnya adalah penyampaian pesan-pesan dari pengirim pesan kepada khalayak. Pesan-pesan tersebut dapat disampaikan dalam bentuk mulai dari poster, baligho, spanduk, pidato, diskusi, iklan hingga selebaran. Apapun bentuknya pesan-pesan selalu menggunakan simbol baik verbal maupun non verbal yang diharapkan dapat memancing respon khalayak.

b. Jenis Kampanye

Kampanye dibedakan menjadi kampanye informatif dan

persuasive. Dalam konteks ini suatu kampanye disebut informatif apabila bertujuan memberikan informasi, melakukan perubahan pada tataran kognitif, menggugah kesadaran khalayak tentang isu tertentu. Bila dalam dalam jangka panjang terjadi perubahan sikap atau perilaku akibat informasi, maka hal itu diluar "tujuan langsung" kampanye tersebut. Sementara kampanye persuasive ditandai oleh tujuannya yang bersifat mengajak dan menganjurkan perubahan pada tataran efektif dan behaviour. (Venus, 2007:28)

d. Sasaran Kampanye

McQuail dan Windahl (1993) dalam Venus (2007:98) mendefinisikan khalayak sasaran sebagai sejumlah besar orang yang berpengetahuan, sikap dan perlakunya akan diubah melalui kegiatan kampanye.

e. Komunikasi Kelompok

Dalam kegiatan kampanye, para calon-calon legislatif banyak melakukan kegiatan komunikasi dengan kelompok-kelompok masyarakat sebagai strategi dalam memenangkan hati para konstituen. Komunikasi dalam dalam kelompok ini disebut sebagai komunikasi kelompok, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil. Komunikasi kelompok dengan sendirinya melibatkan komunikasi antar pribadi. Karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi juga berlaku pada komunikasi kelompok (Mulyana, 2005:74)

f. Komunikasi Antar Pribadi

Dalam kampanye politik, komunikasi antar pribadi dilakukan untuk lebih mendekatkan calon legislatif dengan konstituen. Komunikasi antar pribadi adalah bentuk khusu dari komunikasi manusia yang mendeskripsikan

bagaimana kita berinteraksi secara terus menerus dan saling mempengaruhi satu sama yang lain. (Suminar, 2013:1).

g. Media Luar Ruang

Menurut Santosa (2009:168) media luar ruangan adalah media yang berukuran besar yang dipasang di tempat-tempat terbuka seperti dipinggir jalan, dipusat keramaian atau tempat-tempat khusus lainnya seperti di dalam bus kota, gedung, pagar, tembok dan sebagainya.

Dalam kegiatan politik, para caleg juga berlomba memasang iklan-iklan melalui media luar ruang, diantaranya adalah baliho sebagai media untuk menarik dukungan dari calon pemilih. (Suryadi, 2009:111)

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. penelitian dapat diartikan sebagai rangkaian kegiatan atau proses menjaring data/informasi yang sewajarnya, mengenai suatu masalah dan dalam kondisi aspek/bidang tertentu pada objeknya. Dalam penelitian ini mempunyai tujuan mencari data sebanyak-banyaknya yang kemudian diambil suatu kesimpulan, kemudian penulis mencoba menguraikan penulisan ini dengan cara deskriptif yang dapat diartikan sebagai cara penyelesaian masalah yang dikelilingi dengan menggambarkan suatu subjek atau objek penelitian sekarang ini berdasarkan realita apa adanya. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Siak terutama di dapil 4 yaitu Kecamatan Kandis, Kecamatan Minas dan Kecamatan Sungai Mandau. Dimana ruang lingkup penelitian ini di dapil 4 dan masyarakat yang mengetahui proses pelaksanaan pemilihan legislatif di dapil 4.

Dalam hal informan dari enam anggota legislatif etnis Batak terpilih dan lima orang tokoh masyarakat etnis Batak, Minang, Melayu dan Jawa. Dalam penelitian kualitatif teknik yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*.

Purposive Sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiarto: 2007:53). Teknik Pengumpulan Data, Wawancara, Dokumentasi dan Analisa Data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Calon Legislatif Etnis Batak Dalam Pemilihan Umum Legislatif di Daerah Pemilihan Siak 4.

1. Strategi Komunikasi Kelompok Calon Legislatif Etnis Batak

Penentuan kelompok merupakan dasar dari calon legislatif melangkah untuk memulai proses politiknya. Terutama berdasarkan etnis Batak karena mereka calon legislatif etnis Batak yang berasal dari etnis Batak dan ini merupakan kesempatan mereka untuk mempengaruhi kelompok tersebut dengan kepentingan-kepentingan yang ingin mereka gagaskan menjadi tujuan dari politik etnis mereka. Sehingga mereka mendapat kepercayaan dan masyarakat menaruh harapan besar terhadap calon legislatif yang mereka anggap punya kemampuan dan punya tempat kedudukan yang wewenang. Dengan itu semua aspirasi-aspirasi bisa disampaikan dan ketertinggalan mereka untuk dapat hidup layak sebagai mana masyarakat lain rasakan di bumi lancang kuning ini.

Prinsip kedekatan dianggap paling efektif karena calon legislatif bisa langsung mengarah pada kelompok yang dianggap potensial menjadi pemilih saat pemilu meskipun dengan cara yang berbeda. Dan mereka juga beranggapan bahwa dengan memilih kedekatan maka tidak ada suara yang terbuang sia-sia karena kelompok lebih mudah untuk didekati dan diberikan sosialisasi mengenai calon legislatif baik dari profilnya maupun dengan program-programnya

2. Strategi Komunikasi Antar Pribadi Calon Legislatif Etnis Batak

Penggunaan bahasa dalam komunikasi ternyata mendapat perhatian dari setiap calon legislatif baik itu di daerah tempat tinggalnya maupun di daerah yang menjadi tempat sasaran para calon legislatif untuk berkampanye dan bersosialisasi. Dan juga dilakukan oleh para calon anggota legislatif etnis Batak. Menggunakan bahasa sehari-hari dalam berkomunikasi menjadi nilai positif karena akan mendapat simpati oleh masyarakat begitu juga dalam komunikasi pada saat dalam acara formal para calon legislatif etnis batak menggunakan bahasa yang formal juga, biasanya digunakan untuk menyampaikan sepatah dua kata atau kata sambutan dan menyampaikan sosialisasi maksud dan tujuan mereka.

Calon legislatif etnis batak mereka juga menggunakan bahasa non formal dalam komunikasi antar pribadi dianggap lebih menyentuh perasaan komunikasi dibandingkan dengan komunikasi formal. Komunikasi akan merasakan kedekatan secara personal ketika diajak berbicara dengan menggunakan bahasa sehari-harinya atau bahasa yang biasa dipergunakan oleh kelompoknya. Berbeda jika menggunakan bahasa formal, biasanya masyarakat juga sungkan atau enggan untuk terlibat secara mendalam dalam diskusi yang dilakukan.

3. Strategi Media Luar Ruang Calon Legislatif Etnis Batak

Penggunaan media seperti ini dilakukan dengan tempat yang strategis dan langsung dihadapkan kepada masyarakat setempat. Calon legislatif etnis batak juga melakukan strategi media agar masyarakat mengetahui langsung calon mana yang mereka dukung. Penggunaan media luar biasanya ditempatkan di keramaian seperti, pasar-pasar, di persimpangan lampu merah, diruang terbuka seperti lapangan bola kaki,

dan di tempat umum lainnya. Banyak juga calon legislatif menggunakan strategi ini di dalam pedesaan atau perkampungan seperti kampung Batak yang ada di Kecamatan Kandis dan Kecamatan Minas.

Sedangkan calon legislatif etnis batak lainnya menggunakan cara media luar ruang yang berbeda-beda, mengingat dana kampanye yang terbatas. Namun penempatan banner dan poster yang tepat dan langsung kepada masyarakat menjadi strategi utama yang tepat sasaran seperti di tiang-tiang listrik, di dinding-dinding rumah masyarakat dan ada juga di mobil dan becak atau ojek atau angkutan umum yang ada disekitaran pasar. Ini dianggap sangat objektif dimana para calon legislatif benar-benar memanfaatkan media ini sebagai alternatif kampanye mereka dalam jangka waktu lama untuk masyarakat pilih.

B. Pembentukan Pembangunan Identitas Etnis Batak Pada Pemilihan Umum Legislatif di Daerah Pemilihan Siak 4.

1. Pembentukan Pembangunan Identitas Kepentingan Etnis Batak

Pembangunan identitas kepentingan etnis akan timbul dengan sendirinya ketika masyarakat etnis Batak mampu bersatu memperkuat hubungan diantara mereka etnis Batak melalui kepentingan-kepentingan yang selama ini tidak mereka rasakan sebagai mana mestinya dan banyak kekurangan dan hambatan yang terjadi. Dengan kepentingan-kepentingan mereka mampu bersatu untuk menyuarakan para calon legislatif yang akan naik di pemilihan legislatif Kabupaten Siak, tentunya kandidat yang mampu dan punya integritas menjadi seorang pemimpin untuk mewakili daerah mereka.

Dengan banyaknya kepentingan-kepentingan yang ingin di perjuangkan oleh masyarakat etnis Batak akan timbul rasa kekeluargaan yang sangat besar. Seperti yang dirasakan oleh mereka masih

banyaknya listrik belum tersalurkan hingga pelosok desa, kemudian infranstruktur jalan yang sangat memprihatinkan (berlubang-lubang) dan bahkan belum ada tanda-tanda pengaspalan terjadi begitu juga dalam pelayanan kesehatan dan pendidikan yang layak. Dan ini sudah lama terjadi dan mereka menyayangkan pemerintah dalam hal ini tidak mampu. Ironisnya sebagian dari mereka beranggapan pemerintah tidak peduli dengan perkembangan pedalaman di Kecamatan Kandis dan Minas yang mayoritas tinggal dipedalaman adalah etnis Batak dan Jawa. Ada indikasi pemerintah sengaja karena kehidupan minoritas etnis pedalaman

2. Pembentukan Pembangunan Identitas Etnis Minoritas

Dalam konteks Kabupaten Siak munculnya politik identitas etnis Batak yang berlangsung diawali dengan adanya pemilihan legislatif Kabupaten Siak tahun 2014. Secara internal, hal itu terjadi karena otonomi, demokrasi dan rasa tertindas sebagai kelompok kecil dan kemudian menjadi kekuatan ideologis untuk memberontak atas keadaan. Hadirnya politik identitas tersebut, secara eksternal dikondisikan oleh terjadinya perubahan konstalasi sosial politik dalam tingkat nasional yang semakin terbuka dan demokratis, yang didalamnya antara lain diterjemahkan dalam bentuk pemberian otonomi daerah dengan kewenangan luas dan nyata yang didalamnya mengatur pilkada dan pemilihan legislatif yang prosesnya dilakukan secara langsung.

Perhatian pemerintah kepada orang Batak sangat kurang dan tidak ada sama sekali, terlebih lagi terhadap pembangunan untuk masyarakat pedalaman padahal dana pembangunan dan sumber daya yang potensial dan sangat melimpah, seperti dalam sektor kehutanan dan perkebunan, serta menjadi pemandangan yang kasat mata dipedalaman. Dan ini menjadi

penyebab pembentukan identitas etnis minoritas.

3. Pembentukan Pembangunan Identitas Berdasarkan Isu Kepentingan

Susahnya perizinan pembangunan rumah ibadah membuat mereka gerah dengan kebijakan pemerintah saat ini. Kebutuhan dan kepentingan yang dirasakan masyarakat Batak selalu bertentangan dan ketidakadilan. Penggunaan rumah ibadah merupakan hak bagi umat beragama baik di Kecamatan Kandis, Minas maupun di Kabupaten Siak. Dalam hal ini masyarakat Batak tidak setuju dengan politik pemerintah daerah. Dimana pemerintah saat ini gencar meningkatkan dan mensejahterakan agama islam dan tidak dilakukan kepada agama lain sebagai contoh intensif untuk ghorim masjid dan guru ngaji dinaikkan biasanya gajinya dibawah satu juta sekarang bisa sampai 1.5juta. dan banyak program-program lainnya yang menunjang peningkatan agama islam.

Kekhawatiran dan kekecewaan dari masyarakat etnis Batak sehingga mereka menuntuk hidup layak sangat jauh dari apa yang mereka butuhkan sebagai warga negara melihat sikap pemerintah yang tebang pilih. Isu ini yang menjadi polemik diantara masyarakat etnis Batak untuk melawan pemerintah melalui politik etnis mereka dan isu ini sudah dianggap wajar oleh etnis lain dalam menyikapi persoalan isu agama yang terjadi kepada masyarakat etnis Batak. Sehingga mereka mampu dan bersatu dalam memperjuangkan hak-hak mereka melalui politik identitas di pemilihan legislatif.

Kesimpulan

1. Ikatan emosional etnis Batak yang semakin erat dan kuat tersebut membuat lebih mudah mengkonsolidasikan etnis Batak untuk memilih dan memenangkan

- calon legislatif etnis Batak pada pemilihan legislatif di daerah pemilihan Siak 4 kabupaten Siak tahun 2014.
2. Kemenangan calon legislatif etnis Batak pada pemilihan legislatif di daerah pemilihan Siak 4 Kabupaten Siak tahun 2014 telah mengangkat harkat dan martabat etnis Batak yang sebelumnya kurang diperhatikan.
 3. Berbagai macam kepentingan etnis Batak yang selama ini tidak diperhatikan oleh pemerintah baik dari pembangunan ekonomi, kesehatan, pendidikan, politik, sosial dan budaya.
 4. Munculnya politik identitas karena adanya kesamaan tujuan dan kepentingan serta atas ketidakadilan yang mereka rasakan dalam berbagai bidang kehidupan dalam kurun waktu yang lama yang menjadikan mereka bersatu terikat secara emosional yang erat dan kuat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Antinius, Bungaran. 2006. *Struktur Sosial dan Sistem Politik Batak Toba Hingga 1945*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Astuti, Sri. 2014. *Kebangkitan Etnis Menuju Politik Identitas*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Siak. 2014. *SIAK DALAM ANGKA, Siak in Figures 2014*. Siak: Badan Pusat Statistik Kabupaten Siak.
- Budiardjo, Mariam. 2008. *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Castells, Manuel. 2010. *The Power of Identity*. Oxford. UK: Blackwell Publishing Ltd.

- Lexy J, Moleong. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya..
- Setyanto, Widya P dan Halomoan pulungan. 2009. *POLITIK IDENTITAS: Agama, Etnisitas, dan Ruang/Space dalam Dinamika Politik Indonesia dan Asia Tenggara*. Tulusan Salatiga: Persemaian Cinta Kemanusiaan (Percik)
- Sub Direktorat Statistik Politik dan Keamanan. 2014. *Badan Pusat Statistik 201*. Jakarta-Indonesia: Badan Pusat Statistik.
- Suparlan, parsudi. 2004. *Hubungan Antar Suku Bangsa*. Jakarta: KIK Press.
- Suyanto, Bagong. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Tabroni, Roni. 2012. *Komunikasi Politik Pada Era Multimedia*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media
- Venus, Antar. 2007. *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosa Rekatama

Peraturan Perundang-Undangan

- UU No. 10 Tahun 2008 Tentang Pemilihan Umum Anggota DPR, DPD dan DPRD.

Sumber Lain

- Adrian, Fikri. 2013. *Identitas Etnis Dalam Pemilihan Kepala Daerah (Studi Pemilihan Gubernur DKI Jakarta Tahun 2012)*. Jakarta: Ilmu Politik. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Andriyanto, Eko. 2015. *Strategi Dewan Pimpinan Daerah II Partai Golongan Karya Pada Pemilihan Legislatif di Kabupaten Siak Tahun 2014*. Pekanbaru: Ilmu Pemerintahan. Universitas Riau.
- Firmansyah, Dedi. 2010. *Peran Politik Etnis Dalam Pilkada (Studi atas Pilgub Provinsi Bengkulu Tahun*

2005). Yogyakarta: Jinayah Siyasah.
Universitas Islam negeri Sunan
Kalijaga.

Fitriana, Ana. 2014. *Strategi Kampanye Calon Legislatif Pemula DPR RI dari Partai PPP (Studi Kasus: strategi kampanye caleg pemula DPR RI dari Partai PPP Dapil JABAR Dalam Memenangkan Pemilihan Umum Tahun 2014)*. Bandung: Ilmu Komunikasi Program Magister. Universitas Padjajaran.

<http://www.pemiluindonesia.com>

<http://www.riau.go.id>

<http://perkuliahankomunikasi.blogspot.com>