



Branding Islam dalam Kampanye Politik 2024: Dampaknya terhadap Preferensi Memilih Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati dan Universitas Pendidikan Indonesia

Rasya Azlina Hastarini*, Puja Risma Elka Dwi Yuli Prastiwi, Aulia Nurul Putri Rahmat, Nizah Abghia Fadilah, Edi Suresman

Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia

Abstrak: Pemilu 2024 di Indonesia menunjukkan peningkatan penggunaan *branding* Islam dalam kampanye politik, yang dapat memengaruhi preferensi mahasiswa sebagai pemilih mayoritas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *branding* Islam terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih calon Presiden dan Wakil Presiden. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara dan observasi terhadap mahasiswa dan strategi kampanye berbasis agama. Analisis dilakukan secara tematik untuk memahami pola preferensi memilih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa simbol keagamaan dalam kampanye meningkatkan elektabilitas kandidat di kalangan mahasiswa. Namun, sebagian mahasiswa tetap mempertimbangkan visi misi dan kapabilitas kandidat. Kesimpulannya, meskipun politik identitas berbasis agama berpengaruh, mahasiswa tetap memiliki kecenderungan rasional dalam memilih. Diperlukan edukasi politik agar pemilih dapat mengambil keputusan secara objektif.

Kata Kunci: Kampanye Politik, Pemilihan Umum, Mahasiswa

DOI:

<https://doi.org/10.47134/ijl.v2i4.3962>

*Correspondence: Rasya Azlina Hastarini

Email: rasyaazlina@upi.edu

Received: 22-04-2025

Accepted: 22-05-2025

Published: 22-06-2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: The 2024 Indonesian elections have seen an increase in the use of Islamic branding in political campaigns, which may influence the preferences of university students as the majority voters. This research seeks to analyze the influence of Islamic branding on university students' decisions in choosing President and Vice President candidates. This research uses a qualitative approach through interviews and observations of university students and faith-based campaign strategies. The analysis is done thematically to understand the pattern of voter preferences. The results showed that religious symbols in the campaign increased the electability of candidates among students. However, some students still consider the candidates' vision and mission and capabilities. In conclusion, although religious-based identity politics is influential, students still have a rational tendency to vote. Political education is needed so that voters can make decisions objectively.

Keywords: Political Campaign, Election Voters, University Students.

Pendahuluan

Indonesia adalah salah satu negara yang mengimplementasikan sistem demokrasi. Demokrasi di Indonesia diwujudkan dalam berbagai manifestasi, salah satunya adalah Pemilihan Umum (Pemilu). Pada tahun 2024, Indonesia melaksanakan Pemilu untuk memilih pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden, Dewan Perwakilan Daerah, dan anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah untuk lima tahun ke depan. Pemilu dimaknai sebagai wujud dari negara yang demokratis, dimana rakyat dapat turut berpartisipasi

langsung dan bebas dalam memilih apa yang mereka inginkan (Ilham, 2020). Pemilihan Umum yang menganut prinsip demokrasi merupakan upaya untuk melindungi kedaulatan rakyat guna mencapai tujuan kenegaraan. Maka dari itu, menurut Subiyanto (2020), Pemilu jangan sampai merusak sendi-sendi kehidupan masyarakat yang berbangsa dan bernegara karena sistem Pemilu akan menentukan suara rakyat secara sentralisasi maupun desentralisasi.

Partisipasi masyarakat dalam Pemilu sangat berperan dalam menentukan arah keberjalanan sistem demokrasi. Masyarakat dari berbagai usia memiliki hak pilih yang sama. Pada tahun 2024, pemilih dalam Pemilu didominasi oleh Generasi Z dan Milenial, termasuk mahasiswa, sebanyak 55% (Kpu.go.id, 2023). Mahasiswa merupakan bagian dari generasi muda yang memiliki partisipasi politik secara aktif karena mereka memiliki semangat yang tinggi karena baru pertama kali memilih dan diasumsikan masih belum terpengaruh oleh pandangan politik yang buruk (Hikmat, 2021). Fenomena yang seringkali berhubungan dengan mahasiswa adalah upaya dalam memperjuangkan kesetaraan, keadilan, dan perbedaan suku, agama, dan ras. Mahasiswa sebagai agent of change dapat membangkitkan kesadaran sosial terhadap isu-isu identitas di masyarakat. Namun, dalam konteks Pemilu, terdapat banyak faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih Presiden dan Wakilnya di Pemilu 2024, yaitu kelompok agama, kepribadian, dan afiliasi politik keluarga (Violin et al., 2024). Berdasarkan hasil penelitian Violin et al. (2024) pada Mahasiswa Fisipol Universitas Jenderal Soedirman, faktor agama merupakan salah satu aspek yang mempengaruhi keputusan memilih mahasiswa dengan jumlah sebanyak 30,4%.

Aspek agama yang ditonjolkan oleh pasangan calon presiden dan wakil presiden merupakan bagian dari politik identitas. Fenomena ini seringkali dimanfaatkan dalam kampanye politik sebagai strategi membangun citra kandidat. Studi oleh Rosdiana & Suryaningtyas pada tahun 2024 dengan judul artikel "Politik Identitas dalam Kampanye Politik Ganjar Pranowo Menjelang Pilpres 2024", menunjukkan bahwa politik identitas berbasis agama menjadi bagian dari strategi kampanye kandidat dalam Pemilu 2024. Salah satu contoh yang mereka temukan adalah penggunaan tayangan adzan sebagai alat komunikasi politik oleh Ganjar Pranowo. Selain itu, aktivitas seperti sholat, berfoto dengan ulama, serta kunjungan ke pesantren yang dipublikasikan di media sosial juga menjadi bagian dari upaya memperkuat citra sebagai tokoh religius. Fenomena ini menunjukkan bahwa simbol keagamaan memiliki daya tarik kuat dalam politik elektoral di Indonesia.

Studi yang dilakukan oleh Fautanu & Gunawan (2020) menunjukkan bahwa politik identitas berbasis agama dalam Pilkada DKI Jakarta 2017 berakar pada budaya politik masyarakat Muslim, dengan ukhuwah islamiyah sebagai faktor utama yang mendorong keterlibatan mereka dalam kampanye dan mendukung pasangan Anies-Sandi. Diwujudkan dalam bentuk keaktifan dalam rangka mensukseskan kampanye, menggerakkan masyarakat Muslim sebagai politik identitas dan mendukung kemenangan pasangan Anies-Sandi dalam Pilkada DKI Jakarta 2017. Tidak hanya kasus-kasus di atas, studi yang dilakukan oleh Salim (2022) menunjukkan bahwa pengaruh sentimen agama dalam Pemilihan Kepala Daerah serentak 2020 di Sumatera Barat dan Sulawesi Utara menunjukkan perbedaan signifikan, dimana pemilih Muslim mayoritas di Sumatera Barat menjadikan agama sebagai alasan utama, menghindari kepemimpinan non-Muslim di daerah mayoritas Muslim.

Agama memiliki pengaruh besar dalam pemilu di Indonesia, menjadikannya tidak hanya identitas pribadi, tetapi juga faktor yang mempengaruhi pilihan pemilih terhadap pemimpin negara dan partai politik (Widjaja et al., 2024). Calon politik yang mampu menghubungkan diri mereka dengan nilai-nilai agama tertentu cenderung mendapatkan dukungan lebih banyak dari kelompok agama tersebut (Dzulfikri et al., 2020).

Politik yang diwarnai oleh faktor agama akan cenderung menimbulkan perdebatan yang berfokus pada identitas dan simbol agama daripada pada isu-isu kebijakan yang substansial (Sipa, 2021). Menurut Yunus et al (2023), perbedaan politik yang didasarkan pada perbedaan agama dapat memunculkan ketegangan, bahkan dalam kasus ekstrem, bisa berujung pada kekerasan di dalam masyarakat, terlebih jika politisasi agama yang tidak bertanggung jawab atau ekstrem dapat merusak kerukunan sosial dan mengancam stabilitas negara, dan pada tahap selanjutnya politisasi agama dapat mengancam kualitas demokrasi di Indonesia.

Dalam konteks akademik, pemilihan umum di kalangan mahasiswa memiliki karakteristik yang khas, baik dari aspek teknis maupun psikologis pemilih. Dari segi teknis, mahasiswa sebagai kelompok pemilih muda sering kali menghadapi kesulitan dalam mendapatkan informasi yang dapat dipercaya mengenai calon dan kebijakan yang mereka tawarkan. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Yuliadari et al. (2018) menemukan bahwa literasi masyarakat mahasiswa terkait masalah demokrasi dan pemilu masih rendah dan mahasiswa cenderung tidak dapat menganalisis masalah tersebut. Perlu ada rencana khusus untuk meningkatkan partisipasi mahasiswa dalam pemilu. Meskipun pemilu di era digital memudahkan mahasiswa untuk mengakses informasi melalui media sosial dan platform online lainnya, hal ini juga meningkatkan kemungkinan mereka terpapar berita palsu dan propaganda politik. Isu politik di media massa di kalangan mahasiswa umumnya berkaitan dengan pemberitaan mengenai pasangan calon dan aksi kampanye mereka, yang marak di platform online seperti TikTok, Twitter, Instagram, dan Facebook; kemudahan akses ini membuat penyebaran informasi politik semakin luas, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi pola pikir serta mendoktrin masyarakat (Rizqiana et al, 2024).

Selain itu, partisipasi mahasiswa dalam Pemilu dipengaruhi oleh faktor administratif, seperti proses pendaftaran pemilih, lokasi Tempat Pemungutan Suara (TPS), dan jadwal pemilihan yang mungkin bertabrakan dengan kegiatan akademik mereka. Dari sisi psikologis, motivasi mahasiswa dalam memilih sangat bervariasi. Ada yang aktif berpartisipasi karena kesadaran politik dan keinginan untuk perubahan, tetapi ada juga yang memilih hanya karena tekanan sosial atau kedekatan dengan kandidat tertentu. Faktor emosional sering kali berperan, di mana pemilih lebih dipengaruhi oleh popularitas calon daripada program kerja yang ditawarkan. Kampanye negatif atau penyebaran informasi yang tidak akurat juga dapat mempengaruhi opini pemilih. Tidak sedikit mahasiswa yang memilih untuk golput (golongan putih) karena merasa pemilu tidak berdampak langsung pada kehidupan mereka atau karena apatis terhadap politik kampus.

Secara keseluruhan, pemilu mahasiswa mencerminkan dinamika politik yang lebih luas, dengan berbagai tantangan yang harus diatasi untuk meningkatkan partisipasi dan kualitas pemilihan. Sosialisasi yang lebih efektif, sistem yang transparan, serta kesadaran mahasiswa akan pentingnya suara mereka menjadi kunci untuk menciptakan pemilu yang lebih berkualitas dan bermakna bagi lingkungan kampus. Sejalan dengan latar belakang

permasalahan yang ada, maka peneliti tertarik untuk menulis artikel dengan judul “*Branding* Islam Dalam Kampanye Politik 2024: Dampaknya Terhadap Preferensi Memilih Mahasiswa Uin Sunan Gunung Djati Dan Universitas Pendidikan Indonesia.” Oleh karena itu, penelitian ini akan berkontribusi pada pemahaman mengenai kondisi politik berbasis agama di kalangan mahasiswa yang akan memberikan gambaran bagi mahasiswa mengenai cara memilih secara objektif.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara dan observasi. Pendekatan kualitatif berkaitan dengan penilaian yang subjektif dari beberapa aspek, seperti sikap, pendapat, dan perilaku (Syamsuddin et al, 2023). Menurut Creswell (2018), penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk mengungkapkan dan memaknai masalah sosial kemanusiaan dari sejumlah individu atau sekelompok orang. Tahapan penelitian kualitatif yaitu pra-pelaksanaan, pelaksanaan, dan analisis data. Tahap pra-pelaksanaan mencakup membuat rumusan pertanyaan, menyusun prosedur-prosedur teknis, mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan. Kemudian, pelaksanaan dilakukan dengan mengacu pada tahapan yang telah ditetapkan dan disesuaikan dengan kondisi lapangan. Terakhir, data yang sudah diambil kemudian dianalisis, diolah, dan ditafsirkan secara objektif.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan observasi lapangan. Wawancara merupakan proses mendapatkan pernyataan melalui tanya jawab antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai (Miharjo, 2020). Tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan sumber, berupa opini, perasaan, dan pengalaman yang berkaitan dengan orang yang diwawancarai dan berkaitan dengan sebuah topik yang diangkat dalam penelitian. Selanjutnya, metode observasi dimanfaatkan untuk mengumpulkan data langsung dari lapangan yang dimulai dari pengamatan dan pencatatan secara objektif. Bungin (2011) menyatakan bahwa observasi merupakan proses melakukan pemilihan, pengubahan, pencatatan, dan pengkodean rangkaian perilaku yang berhubungan dengan tujuan. Metode ini akan memudahkan peneliti dalam mendapat informasi mengenai dunia sekitar.

Hasil dan Pembahasan

Branding Islam dalam kampanye politik menjadi fenomena yang semakin marak dalam Pemilu 2024. Kandidat politik menggunakan simbol keagamaan, kegiatan keislaman, serta hubungan dengan tokoh agama sebagai strategi untuk menarik simpati pemilih. Berdasarkan hasil penelitian, *branding* Islam memiliki daya tarik kuat di kalangan mahasiswa, terutama yang memiliki latar belakang religius.

1. Wawancara dengan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati

Dari hasil wawancara dengan 2 mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati (UIN SGD) dari prodi Sosiologi dan PGMI, ditemukan bahwa agama menjadi salah satu aspek yang dipertimbangkan dalam memilih pemimpin. Mahasiswa menilai bahwa pemimpin yang memahami dan menerapkan nilai-nilai Islam dalam kebijakan politiknya lebih dipercaya untuk membawa perubahan yang sesuai dengan prinsip Islam. Kehadiran kandidat dalam kegiatan keagamaan seperti pengajian dan kunjungan ke pesantren dinilai

dapat memperkuat citra mereka sebagai pemimpin yang religius. Selain itu, *endorsement* dari tokoh agama memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan elektabilitas kandidat di kalangan pemilih muda.

Namun, meskipun agama menjadi salah satu pertimbangan, sebagian mahasiswa tetap mengedepankan aspek rasional dalam memilih pemimpin. Mahasiswa cenderung menilai kandidat berdasarkan rekam jejak, visi dan misi, serta program kerja yang ditawarkan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun politik identitas berbasis agama memainkan peran penting, mahasiswa tetap memiliki kecenderungan untuk berpikir kritis dan selektif dalam menentukan pilihan politik mereka.

Dinamika partisipasi politik mahasiswa di UIN Sunan Gunung Djati Bandung cukup bervariasi. Sebagian mahasiswa memiliki kesadaran politik yang tinggi, memahami bahwa pemilu berpengaruh terhadap kehidupan mereka di masa depan. Kesadaran ini dipengaruhi oleh faktor lingkungan, seperti diskusi dengan keluarga atau teman, serta informasi yang mereka dapatkan dari berbagai sumber. Namun, masih terdapat mahasiswa yang bersikap apatis terhadap politik karena kurang percaya atau kurang memahami sistem politik yang ada. Dalam hal ini, peran dosen dan organisasi kampus cukup penting dalam membentuk preferensi politik mahasiswa. Diskusi dengan dosen dan teman sebaya dapat mendorong pemikiran kritis serta meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang isu-isu politik. Penggunaan isu agama dalam kampanye politik dapat menjadi strategi yang cukup efektif, terutama di lingkungan kampus berbasis agama.

Pada wawancara mengenai efektivitas penggunaan isu agama untuk menarik perhatian mahasiswa dengan mahasiswa UIN SGD, peneliti memperoleh jawaban sebagai berikut:

“...bisa menggunakan program program berbasis Syariah. Program ini diharapkan dapat mengaplikasikan antara nilai nilai agama dengan rencana program dan diharapkan dapat menjadi solusi terhadap permasalahan yang ada.” (Marsha Shafarina, wawancara, 20 Februari 2025).

Sementara itu, mahasiswa program studi Sosiologi di universitas yang sama memberikan jawaban sejenis:

“...tokoh agama, karena banyak orang melihat kandidat kandidat dekat dengan tokoh agama, dan kalau misalkan tokoh agamanya ini “wah”, bakalan lebih disegani. Kemudian program berbasis syariah juga, seperti program syariah apa sih yang bakalan diadain/direncanakan, dilihat juga program programnya kalau programnya baik dan menarik apalagi yang berkaitan dengan kesejahteraan mahasiswa.” (Siti Nurjannah, wawancara, 20 Februari 2025).

Mahasiswa cenderung lebih tertarik dengan program-program berbasis syariah yang relevan dengan kebutuhan mereka. Keberadaan tokoh agama dalam mendukung kandidat juga dapat memberikan pengaruh besar terhadap persepsi mahasiswa terhadap calon pemimpin. Sebagai contoh, kandidat yang memiliki kedekatan dengan ulama atau pemimpin agama tertentu sering kali mendapat

dukungan lebih besar di kalangan mahasiswa yang religius. Namun, tidak semua mahasiswa menerima kampanye berbasis agama begitu saja. Banyak mahasiswa yang tetap berpikir kritis dan menilai keseluruhan isi kampanye, bukan hanya dari aspek keagamaannya. Dalam hal ini, mahasiswa cenderung menilai apakah kandidat benar-benar memahami ajaran agama atau hanya menggunakan isu agama sebagai alat politik. Oleh karena itu, efektivitas isu agama dalam kampanye politik bergantung pada relevansi program yang ditawarkan serta cara penyampaian kampanye agar tidak menimbulkan perpecahan. Jika isu agama digunakan secara berlebihan dan bersifat eksklusif, hal ini dapat menimbulkan perasaan tidak nyaman bagi mahasiswa yang memiliki pandangan berbeda.

Dampak isu agama dalam kampanye terhadap hak pilih mahasiswa. Isu agama dalam kampanye politik memiliki dampak yang cukup besar terhadap hak pilih mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki latar belakang religius cenderung lebih mempertimbangkan aspek keagamaan dalam memilih pemimpin. Namun, bagi mahasiswa dengan pemikiran yang lebih rasional, mereka tetap menilai kandidat secara menyeluruh tanpa hanya berfokus pada aspek agama. Di sisi lain, penggunaan isu agama dalam kampanye juga dapat memberikan tekanan bagi mahasiswa, terutama bagi mereka yang berasal dari kelompok minoritas. Beberapa mahasiswa merasa bahwa kampanye berbasis agama dapat membatasi kebebasan mereka dalam menentukan pilihan politik. Selain itu, penggunaan isu agama yang berlebihan berpotensi membahayakan demokrasi karena dapat mengarah pada politik identitas. Jika tidak digunakan secara bijak, kampanye berbasis agama dapat menciptakan polarisasi di kalangan mahasiswa. Oleh karena itu, sikap selektif dan kritis terhadap kampanye politik berbasis agama sangat diperlukan untuk menjaga nilai-nilai demokrasi.

2. Wawancara dengan Mahasiswa UPI

Di sisi lain, berdasarkan hasil wawancara pada seorang mahasiswa Biologi dan mahasiswa Administrasi Pendidikan di Universitas Pendidikan Indonesia (UPI), partisipasi politik di lingkungan kampus menunjukkan keragaman yang cukup signifikan, ada yang aktif mengikuti isu politik, bahkan terlibat dalam penyelenggaraan pemilu, seperti menjadi anggota KPPS (Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara). Namun, ada juga yang bersikap tak peduli terhadap suara mereka. Dalam diskusi kelas maupun interaksi dengan mahasiswa lain, terdapat berbagai sikap yang ditunjukkan terhadap isu politik, terutama terkait pemilihan presiden tahun 2024. Beberapa mahasiswa aktif tergabung dalam organisasi mahasiswa yang mengikuti perkembangan politik, serta memberikan kritik terhadap calon presiden, sementara sebagian lainnya bersikap apatis atau netral. Keberagaman ini mencerminkan latar belakang dan preferensi individu yang berbeda-beda dalam menanggapi isu politik.

Peneliti menanyakan perihal sejauh mana peran lingkungan kampus (dosen, organisasi, dan teman) dalam membentuk preferensi politik mahasiswa UPI.

Berikut jawaban dari salah satu mahasiswa Administrasi Pendidikan:

“Menurut *urang* (saya), lingkungan kampus punya peran yang lumayan besar dalam membentuk preferensi politik mahasiswa UPI, seperti beberapa dosen, yang memberi perspektif baru melalui cerita di akhir jam mata kuliah, organisasi juga berpengaruh, terutama kalo mahasiswa aktif di divisi yang sering membahas isu-isu sosial dan kebijakan, cara pandang mahasiswa bisa terbentuk, entah menjadi lebih kritis atau malah semakin apatis, teman-teman juga punya pengaruh besar, karena obrolan sehari-hari kadang lebih mengena dibanding berita di TV. Kalau lingkungannya sering membicarakan politik, kemungkinan besar akan lebih terbuka untuk diskusi dan mencari tahu lebih dalam. Tapi sebaliknya, kalau dikelilingi orang-orang yang cuek atau skeptis politik, bisa jadi ikut-ikutan (atau) tidak peduli juga. Jadi, peran lingkungan kampus ini sebenarnya signifikan, tapi kembali lagi ke masing-masing mahasiswanya, apakah mereka tertarik buat terlibat atau tidak.” (M. Zaidan, wawancara, 19 Maret 2025).

Peneliti menganalisis bahwa faktor lingkungan berperan penting dalam membentuk tingkat keterlibatan mahasiswa dalam politik. Lingkungan keluarga, pergaulan, serta akses terhadap informasi turut mempengaruhi kecenderungan mahasiswa untuk bersikap aktif atau pasif dalam mengikuti isu politik. Lingkungan sekitar di kampus, seperti dosen, teman, dan organisasi yang diikuti, juga mempengaruhi pilihan mahasiswa dalam pemilu.

Banyak mahasiswa, khususnya di UPI, yang menunjukkan kepedulian terhadap isu politik dengan memiliki pandangan yang jelas terhadap masing-masing calon presiden. Selain itu, faktor akademik dan organisasi turut memberikan pengaruh terhadap cara mahasiswa memahami dan menanggapi isu politik. Dalam beberapa kesempatan, dosen menyisipkan pesan-pesan terkait pemilihan pemimpin yang berkualitas dalam materi perkuliahan. Mahasiswa juga sering berdiskusi secara kritis mengenai kelebihan dan kekurangan para calon presiden. Di sisi lain, organisasi kemahasiswaan lebih berperan dalam mengingatkan pentingnya menggunakan hak suara sebagai bagian dari tanggung jawab warga negara, meskipun tidak secara langsung mengarahkan mahasiswa untuk memilih kandidat tertentu.

Isu agama menjadi salah satu aspek yang sangat disoroti dalam pemilu. Banyak mahasiswa yang mempertimbangkan latar belakang agama calon presiden dalam menentukan pilihan mereka. Kampanye berbasis agama menjadi strategi yang cukup efektif dalam menarik perhatian publik, karena banyak masyarakat Indonesia, termasuk mahasiswa UPI, yang memiliki keterikatan kuat dengan nilai-nilai keagamaan.

Berikut jawaban dari salah satu mahasiswa Biologi di UPI saat diwawancarai mengenai efektivitas penggunaan isu agama untuk menarik perhatian mahasiswa:

“Para calon sering menggunakan agama seperti ke pengajian, datang ke masjid-masjid, datangi ke ustad-ustad, dai-dai, untuk ceramah. Lalu dia hadir di sana dan bagi-bagi, seperti sedekah. Di media sosial juga sering melihat bagaimana aktif dan gencarnya mereka untuk bersedekah, berinfak, dan berwakaf. Itu sangat ampuh untuk menjadi

strategi berpolitik karena agama adalah suatu elemen kampanye yang bisa secara langsung menarik simpati.” (Nazwa Noor, wawancara, 20 Maret 2025).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dalam praktiknya, para kandidat sering menghadiri pengajian, mengunjungi tokoh agama, serta menunjukkan aksi-aksi sosial berbasis keagamaan sebagai bagian dari kampanye mereka. Hal ini memberikan pengaruh besar terhadap keputusan memilih mahasiswa. Mahasiswa UPI menilai bahwa kampanye berbasis agama dinilai kurang sehat apabila dilakukan untuk sekadar mendoktrin dan menumbuhkan emosi pemilih tanpa landasan yang jelas, tetapi strategi ini dapat menjadi cara untuk mempertimbangkan kandidat dalam aspek moral. Di sisi lain, banyak mahasiswa yang lebih mengedepankan aspek program kerja dan visi-misi kandidat.

Selain digunakan untuk menarik perhatian pemilih, isu agama juga kerap dipertanyakan dalam konteks komitmen nilai yang sebenarnya dari para kandidat. Banyak pihak mempertanyakan apakah penggunaan simbol dan aktivitas keagamaan dalam kampanye benar-benar mencerminkan keyakinan dan nilai yang dipegang oleh kandidat, atau hanya sekadar strategi politik untuk memperoleh dukungan dari kelompok pemilih yang religius. Beberapa mahasiswa melihat fenomena ini sebagai bentuk pencitraan yang berulang setiap musim pemilu, sehingga menimbulkan skeptisisme di kalangan pemilih muda. Salah satu mahasiswa UPI mengungkapkan pandangannya terkait hal ini.

“...isu agama lebih sering digunakan sebagai strategi politik daripada sebagai bentuk komitmen nilai oleh kandidat. *Soalnya*, setiap musim pemilu, selalu ada saja yang tiba-tiba jadi lebih religius, rajin pakai simbol-simbol agama, atau mendekati kelompok-kelompok keagamaan, padahal sebelumnya tidak pernah kelihatan begitu. Banyak kandidat yang *kayak* hanya menumpang *branding* supaya dapat dukungan dari pemilih yang religius, tapi setelah terpilih, kebijakan mereka belum tentu benar-benar mencerminkan nilai agama yang mereka gaungkan saat kampanye. *Makanya*, banyak mahasiswa yang sekarang sudah lebih skeptis dan tidak mudah percaya sama kandidat yang terlalu sering memainkan isu agama, karena kelihatan sekali kalau itu lebih ke strategi untuk menarik suara daripada bukti komitmen nyata terhadap agama.” (M. Zaidan, wawancara, 19 Maret 2025)

Namun, di sisi lain, mahasiswa juga dikenal memiliki pola pikir yang kritis dan cenderung tidak mudah terpengaruh oleh strategi politik berbasis agama semata. Kesadaran akan keberagaman agama di lingkungan kampus turut mendorong mereka untuk lebih selektif dalam menilai kandidat, sehingga tidak serta-merta menerima kampanye berbasis agama tanpa mempertimbangkan aspek lain seperti program kerja dan visi-misi. Salah satu mahasiswa menyampaikan pendapatnya mengenai efektivitas penggunaan isu agama dalam kampanye politik di kalangan mahasiswa UPI, sebagai berikut:

“Cukup efektif, *sih*, isu agama. Karena ruang lingkungannya pun kecil. Dan yang namanya mahasiswa pasti berpikiran kritis dan luas. Mahasiswa UPI juga sadar bahwa kampus ini memiliki keberagaman agama, jadi mereka cenderung lebih kritis dalam menanggapi isu semacam tersebut.” (M. Zaidan, wawancara, 19 Maret 2025).

Dari wawancara di atas, penggunaan isu agama dalam kampanye cukup efektif, terutama karena ruang lingkungannya kecil. Namun, mereka juga menekankan bahwa mahasiswa cenderung berpikir kritis dan memiliki wawasan yang luas, sehingga tidak mudah terpengaruh oleh strategi kampanye berbasis agama semata. Selain itu, keberagaman agama di lingkungan UPI turut mendorong mahasiswa untuk lebih kritis dalam menanggapi isu-isu semacam ini. Mahasiswa UPI secara umum menilai bahwa kampanye berbasis agama menjadi kurang sehat apabila dilakukan hanya untuk sekedar mendoktrin dan membangkitkan emosi pemilih tanpa landasan yang jelas. Oleh karena itu, meskipun strategi ini dapat menjadi salah satu faktor pertimbangan dalam melihat moralitas kandidat, banyak mahasiswa yang lebih mengutamakan aspek program kerja serta visi-misi kandidat dalam menentukan pilihan mereka.

Di sisi lain, mahasiswa di universitas yang sama memberikan jawaban sejenis mengenai dampak isu agama dalam kampanye terhadap hak pilih mahasiswa UPI, berikut jawabannya:

“...tidak semua mahasiswa UPI melihat dari basis agamanya. Ada yang mempertimbangkan dari proker (program kerja) yang akan dilakukan kedepannya, mungkin sangat realistis dan logis yang mempertimbangkan daripada isu agamanya.” (Nazwa Noor, wawancara, 20 Maret 2025).

Beberapa mahasiswa tetap bersikap kritis dalam menilai janji politik dan memilih berdasarkan logika serta rasionalitas, bukan semata-mata karena faktor agama. Bahkan, ada yang mengalami kebimbangan dalam menentukan pilihan karena adanya pertentangan antara preferensi agama dan evaluasi rasional terhadap program kerja kandidat.

Dalam menghadapi kampanye berbasis agama, mahasiswa tetap berupaya menjaga sikap kritis dengan mempertimbangkan berbagai aspek dalam menentukan pilihan. Sebagian melihat bahwa pendekatan ini dapat memberikan manfaat jika digunakan secara bijak untuk menanamkan nilai moral dalam proses pemilihan. Namun, mereka juga menyadari bahwa ada risiko apabila kampanye semacam ini tidak dikelola dengan baik. Seorang mahasiswa mengungkapkan pandangannya mengenai dampak kampanye berbasis agama dalam demokrasi di kalangan mahasiswa:

“...bisa punya dua sisi, bisa bermanfaat, tapi juga bisa berbahaya buat demokrasi di kalangan mahasiswa. Di satu sisi, kalau digunakan dengan bijak, kampanye berbasis agama bisa menjadi cara untuk mengajak pemilih mempertimbangkan nilai moral dan etika dalam memilih pemimpin. Tapi di sisi lain, kalo udah dipakai untuk membelah pemilih berdasarkan identitas agama, menyebarkan narasi eksklusif, atau bahkan sampai menyingkirkan kelompok yang berbeda pandangan, itu justru bahaya.” (M. Zaidan, wawancara, 19 Maret 2025).

Berdasarkan hasil wawancara secara keseluruhan, kampanye berbasis agama dapat membawa manfaat jika dilakukan secara transparan, jujur, dan memiliki landasan yang jelas. Namun, apabila digunakan sebagai alat untuk menarik simpati tanpa kejujuran, hal ini dapat menimbulkan kecurangan dan merusak sistem demokrasi. Kedepannya, tren

kampanye berbasis agama diperkirakan masih akan berlanjut, mengingat kuatnya pengaruh agama dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Namun, mahasiswa diprediksi akan semakin kritis dalam menilai kandidat karena masifnya informasi di media sosial yang menjelaskan tentang kandidat dari berbagai aspek. Jadi, pilihan mahasiswa tidak hanya berdasarkan aspek agama, tetapi juga berdasarkan program kerja, kepribadian, *track record*, dan kapabilitas yang ditawarkan oleh masing-masing calon pemimpin.

Simpulan

Penelitian ini mengungkap bahwa *branding* Islam dalam kampanye politik memiliki dampak yang cukup besar terhadap partisipasi politik mahasiswa, tetapi dampaknya tidak seragam bisa meningkatkan keterlibatan politik bagi sebagian mahasiswa, namun juga menimbulkan tekanan atau bahkan apatisme bagi yang lain dalam memilih calon Presiden dan Wakil Presiden pada Pemilu 2024. Simbol keagamaan, keterlibatan kandidat dalam aktivitas keislaman, serta dukungan dari tokoh agama menjadi faktor yang memperkuat citra kandidat di mata pemilih mahasiswa. Namun, meskipun politik identitas berbasis agama menarik perhatian, sebagian mahasiswa tetap mempertimbangkan aspek lain seperti program kerja, kapabilitas, dan rekam jejak kandidat sebelum menentukan pilihan. Ini menunjukkan bahwa preferensi politik mahasiswa tidak sepenuhnya didasarkan pada sentimen agama, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor rasionalitas.

Berdasarkan temuan ini, disarankan agar mahasiswa meningkatkan literasi politik mereka dengan mencari informasi dari berbagai sumber yang kredibel agar dapat memilih secara lebih objektif. Selain itu, partai politik dan kandidat diharapkan mengutamakan penyampaian program kerja secara substansial daripada sekadar memainkan politik identitas. Pemerintah dan institusi pendidikan juga perlu memberikan edukasi politik yang lebih luas kepada mahasiswa agar mereka dapat memahami hak pilihnya secara lebih kritis dan bertanggung jawab dalam proses demokrasi. Penelitian berikutnya disarankan agar mengkaji tentang dampak jangka panjang kampanye politik berbasis agama terhadap sistem dan mekanisme pemilu yang transparan di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Ahmad, N. (2014). Manajemen komunikasi politik dan marketing politik: Sejarah, perspektif, dan perkembangan riset. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 1–15.
- Alhafizh, Y. (2016). *Perilaku golput pada pemilihan umum raya mahasiswa Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Intan Lampung 2016* [Repositori]. Raden Intan.
- Banurea, I. S., & Maulina, P. (2022). Political *branding* Edy Rahmayadi pada kampanye Pilgub Sumatera Utara tahun 2018 melalui Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan*, 5(2), 115–137.
- Bungin, B. (2011). *Penelitian kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Creswell, J. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Singapura: Sage Publications.
- Diinis Sipa, A. M. (2021). Marketing politik kampanye religius Pemilu di Indonesia. *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*, 6(2), 150.

- Dzulfikri, R., Rianti, K. A., & Hidayatullah, A. F. (2020). Filsafat sebagai ruang introspeksi dalam menyikapi isu politisasi agama. *Jurnal Tapis: Jurnal Teropong Aspirasi Politik Islam*, 16(1), 53–64.
- Fautanu, I., Buhori, M., & Gunawan, H. (2020). Politik identitas dalam Pilkada DKI Jakarta tahun 2017: Perspektif pemikiran politik Nurcholish Madjid. *Politicon*, 2(2), 87–112.
- Fitriana, A. (2017). Pola gerakan intelektual mahasiswi Islam. *Jurnal Pendidikan Islam*, 3(2), 123–140.
- Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures*. Basic Books.
- Ilham, T. (2020). Fenomena calon tunggal dalam demokrasi Indonesia. *Jurnal Ilmiah Administrasi Pemerintahan Daerah*, 12(2), 62–73.
- Hikmat, M. (2021). Urgensi partisipasi gerakan sosial mahasiswa dalam peningkatan kualitas Pemilu 2024. *Jurnal Keadilan Pemilu*.
- Khamdan, M. (2020). Islam dan mobilisasi identitas dalam politik: Studi pada partai politik dan gerakan sosial. *Jurnal Politik dan Kebijakan Publik*, 5(1), 45–60.
- Kusuma, R. D. (2016). Tesis opini masyarakat terhadap personal branding dalam kontestasi politik. *Jurnal Komunikasi*, 4(2), 78–90.
- Lipset, S. M. (1960). *Political man: The social bases of politics*. Doubleday.
- Miharjo, G. (2020). *Penerapan metode laba kotor untuk menyusun laporan kinerja pada pedagang mikro di Kecamatan Menteng* [Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta].
- Rizqiana, I., Vira, N., Pury, M. N., Istiqomah, N. C., Khusna, K. Y., Khoirunnisa, A., Huda, M. Z. M., Aliyya, N. S., & Agustina, E. N. (2024). Persepsi mahasiswa FISIP UNNES terhadap peran media massa dalam pemberitaan politik pada Pemilu 2024. *Jurnal Majemuk*, 3(3), 401–415.
- Rosdiana, A. C., & Suryaningtyas, A. A. (2024). Politik identitas dalam kampanye politik Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024. *Jurnal Audiens*, 5(1), 77–90.
- Salim, D. P. (2022). Preferensi pemilih muslim dalam pemilihan kepala daerah serentak 2020 di Sumatera Barat dan Sulawesi Utara. *Politea: Jurnal Politik Islam*, 5(1), 1–15.
- Setiadi. (2013). *Konsep dan praktek penulisan riset keperawatan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Subiyanto, A. E. (2020). Pemilihan umum serentak yang berintegritas sebagai pembaruan demokrasi Indonesia. *Jurnal Konstitusi*, 17(2), 355–371. <https://doi.org/10.31078/jk1726>
- Syamsuddin, N., Simbolon, G. A. H., Surni, S., Gani, R. A., Bugis, H., Towe, M. M., Guntur, M., Maulidah, S., Taufik, M., & Presty, M. R. (2023). *Dasar-dasar metode penelitian kualitatif*. Yayasan Hamjah Diha.
- Triyogo, W., Suwiknyo, E., Al Hosen, M. Z., & Saptawan, E. K. (2023). Dalam bayang-bayang maskulinitas: Studi kasus branding politik Prabowo Subianto. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 7(4), 644–660.
- Ulfa, N. S., Putri, A. S., Prastianti, V. N., & Hidayanti, R. (2021). Survei pemetaan isu politik Indonesia pada mahasiswa rekayasa pertanian, Institut Teknologi Bandung. *De Cive: Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, 1(3), 47–53.
- Violin, S., Hussain, M., Maharani, D., Putri, S., Agati, S., Farizi, M., Khafidhoh, L., & Dewi, R. (2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan dalam Pilpres

-
- 2024 pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jenderal Soedirman Angkatan 2023. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*.
- Widjaja, E. G., Yehezkiel, S., Husaini, M. D., & Lim, A. (2024). Pengaruh agama pada masyarakat Indonesia dalam melaksanakan pemilihan umum. *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains dan Sosial Humaniora*, 2(1), 1–25.
- Yuliadari, E., Rusnaini, R., & Ariana, Y. (2018). Penguatan civic literacy dalam pembelajaran demokrasi dan pemilu dan implikasinya terhadap civic attitude mahasiswa. *PKn Progresif: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Kewarganegaraan*, 13(2), 115–122. <https://doi.org/10.20961/pknp.v13i2.26594>
- Yunus, F. M., Yasin, T. H. M., & Rijal, S. (2023). Politik identitas dan politisasi agama dalam konteks pemilu di Indonesia. *Jurnal Sosiologi Dialektika Sosial*, 9(2), 121–137.