



The Influence of Identity Politics in Social Media in the Midst of Election Implementation

Pengaruh Politik Identitas dalam Sosial Media di Tengah Pelaksanaan Pemilu

Ni Luh Fransisca Putri Maeda

Program Studi Ilmu Politik, FISIP Universitas Udayana, Bali, Indonesia

Keywords

*Identity politics;
Social media;
Millennial generation;
General election*

ABSTRACT

The use of identity politics is still often found in the realm of social media, which will negatively affect the social conditions of society, especially the millennial generation. So that the election process in 2024 will not take place democratically. Identity politics is a manifestation of the wrong political marketing activity. Problems that are often present in the middle of elections are violence/discrimination against the background of social disintegration due to identity politics. The purpose of this study is that the consequences of exploiting identity politics through social media, such as religious sentiments, primordialism, fanaticism, superior attitudes, and others can be prevented/anticipated. The method used in this study is descriptive empirical analysis with a knowledge approach. The technique of collecting data in writing this paper is the literature review method. Qualitative data analysis techniques.

Kata Kunci

Politik identitas;
Media sosial;
Generasi Milenial;
Pemilu

ABSTRAK

Penggunaan politik identitas masih sering dijumpai dalam ranah media sosial, dimana akan berpengaruh negatif terhadap kondisi sosial masyarakat, khususnya generasi milenial. Sehingga Jalannya pemilu pada tahun 2024 tidak berlangsung dengan demokratis. Politik identitas merupakan perwujudan dari kelirunya political marketing activity. Permasalahan yang kerap hadir di tengah pemilu adalah kekerasan/diskriminatif yang dilatar belakangi disintegrasi sosial akibat adanya politik identitas. Tujuan penelitian ini adalah agar akibat dari eksploitasi politik identitas melalui media sosial, seperti sentimen keagamaan, primordialisme, fanatisme, sikap superior, dan lain-lain dapat dicegah/diantisipasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis empiris dengan pendekatan knowledge approach. Teknik pengumpulan data di dalam penulisan makalah ini adalah dengan metode tinjauan pustaka. Teknik analisis data secara kualitatif

1. Pendahuluan

Pemilihan Umum atau yang kerap disingkat Pemilu adalah sarana resmi untuk rakyat dalam menjalankan kedaulatan dengan memberi mandat kepada individu tertentu untuk menjadi pemimpin atau wakilnya di kursi parlemen. Pemilu adalah pesta demokrasi rakyat untuk menentukan pilihan politik serta memberikan legitimasi atas kekuasaan yang

*Corresponding author

Ni Luh Fransisca Putri Maeda. Program Studi Ilmu Politik, FISIP Universitas Udayana, Jl PB Sudirman, Denpasar-Bali, Indonesia.

Email: Fransiscamaeda@gmail.com

<https://doi.org/10.22487/ejk.v11i3.1150>

Received 11 January 2024; Received in revised form 17 December 2024; Accepted 20 December 2024

Published 22 December 2024; Available online 22 December 2024

2302-2035 | 3047-9614 / © 2024 The Authors. Managed by the Department of Communication Studies, Faculty of Social and Political Sciences, Tadulako University. Published by Tadulako University.

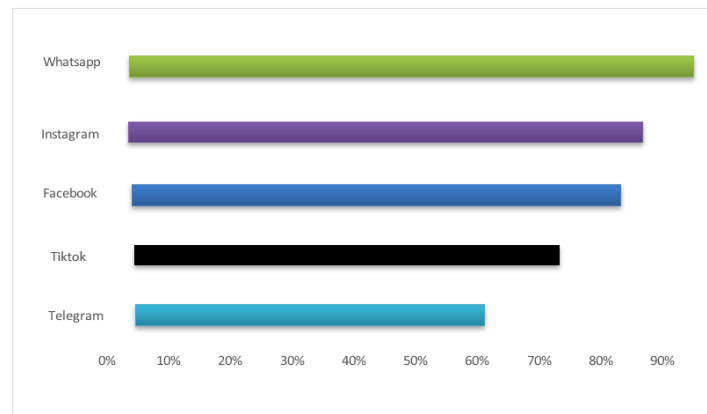
This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

ada. Indonesia telah menetapkan diri sebagai negara demokrasi, maka Pemilu merupakan satu keniscayaan, karena jadi tahap paling awal dari berbagai rangkaian kehidupan ketatanegaraan yang demokratis, sehingga Pemilu telah menjadi penggerak dalam jalannya sistem politik demokrasi di Indonesia. Pemilu merupakan manifestasi dari demokrasi, maka dari itu harus dijalankan secara aman dan demokratis. Parameter aman dan demokratis, yakni harus tertib, kompetitif, berkala, inklusif, maupun definitif, dalam menentukan kepemimpinan pemerintahan (Sardini, 2011). Pada tahun 2024 bangsa ini menggelar pesta demokrasi 5 (lima) tahunan, yakni Pemilu 2024. Dalam penyelenggaraan ini terdiri atas pemilihan legislatif (Pileg) serta pemilihan presiden (Pilpres),

Pemilu 2024 nanti akan diikuti oleh 203.056.748 pemilih dari dalam negeri serta 1.750.474 pemilih luar negeri. Data tersebut merupakan data rekapitulasi Daftar Pemilih Tetap (DPT) Pemilu 2024 yang didapat dari Komisi Pemilihan Umum (KPU). Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah usia produktif di Indonesia (15-60 tahun) telah mencapai angka 167 juta jiwa. Hal ini berarti ada 50% lebih penduduk Indonesia adalah usia produktif. Dari jumlah penduduk usia produktif tersebut, diperoleh kelompok usia yang mendominasi adalah usia 15-39 tahun, dengan jumlah sekitar 90 juta jiwa dari total penduduk Indonesia saat ini, sejumlah 268 juta jiwa. Dari sekitar 90 juta jiwa ini, yang telah memiliki hak untuk memilih di dalam Pemilu 2019 nanti sekitar 80 juta jiwa. Artinya, hampir sekitar 40% pemilih di dalam Pemilu 2019 berasal dari usia produktif, dimana merupakan generasi Y dan Z atau disebut dengan generasi milenial.

Generasi milenial tumbuh dan berkembang dengan teknologi, dimana generasi tersebut sangat merasakan manfaat dan kecanggihan teknologi tatkala sudah mulai beranjak remaja atau dewasa. Salah satunya adalah media sosial, bagi generasi milenial media sosial ini seakan telah menjadi bagian saat menjalani kehidupan keseharian bahkan statusnya seakan kebutuhan primer. Generasi milenial memiliki 3 (tiga) karakteristik utama, yaitu 1) *Creative*, yakni cenderung berpikiran *out of the box*, salah satu buktinya adalah maraknya industri *startup* maupun industri kreatif lain yang dimotori generasi ini, 2) *Confidence*, yakni sangat percaya diri dan berani dalam mengemukakan pendapat, bahkan berdebat di media sosial, serta 3) *Connected*, yakni pandai bersosialisasi, yang ditunjukkan dari fasihnya dalam bermedia sosial (Ali dan Purwandi, 2017).

Berdasar data terakhir yang dirilis *We Are Social – Hoosuit*, suatu organisasi terkemuka yang concern pada internet dan berkedudukan di Amerika Serikat, dari total populasi penduduk yang berada di Indonesia, yakni sekitar 268,2 juta jiwa, terdapat 150 juta pengguna aktif dari media sosial dengan penetrasi sekitar 56%. Angka ini bertambah 20 juta pengguna atau 15% dari tahun sebelumnya (Januari 2018), yakni sebanyak 130 juta pengguna media sosial. Pengguna media sosial di Indonesia rata-rata menggunakan media sosial selama 3 jam 26 menit setiap hari. Sedangkan jenis/ platforms media sosial yang paling sering dikunjungi oleh pengguna media sosial di Indonesia, dapat dilihat pada grafik berikut.



Gambar 1. *Most Active Social Media Platforms*

Berdasarkan Grafik.1 maka dapat diketahui bahwa dari platforms media sosial berbasis yang paling sering dikunjungi (5 (lima) teratas) ialah Whatsapp (92%), Instagram (87%), Facebook (84%), Tiktok (71%), dan Telegram (60%). Mencermati data tersebut, maka akan berdampak terhadap pola penyebaran informasi serta komunikasi di masyarakat, baik yang berkaitan dengan aspek ekonomi, sosial, budaya, hingga politik. Berdasarkan penjelasan tersebut serta mencermati dinamika masyarakat saat ini, maka kontestasi politik di Indonesia, baik di Pilkada, Pileg, hingga Pilpres, dari waktu ke waktu semakin sengit. Tingkat persaingan antar peserta Pemilu dalam memperebutkan suara pemilih juga semakin ketat. Berbagai cara dan taktik, baik yang rasional sampai irasional kerap digunakan untuk memenangkan suara pemilih dalam Pemilu. Kompetisi yang kian ketat ini menjadikan setiap kontestan harus mampu merancang satu strategi pemasaran politik (*political marketing*) yang lebih apik serta melakukan aktivitas pemasaran politik (*political marketing activity*) secara kuat.

Namun pada praktiknya di lapangan, masih terdapat kontestan yang menjalankan aktivitas pemasaran politik tanpa memakai konsep pemasaran secara benar dan tepat, tetapi lebih mengedepankan praktik politik identitas untuk membangun popularitas dan meningkatkan elektabilitas. Bahkan, politik identitas kerap digunakan secara berlebihan (eksploitasi) oleh peserta Pemilu, sehingga akhirnya menimbulkan polarisasi di publik. Hal ini menumbuhkan perasaan eksklusif antara kelompok satu dan lainnya berdasar kepada etnis ataupun kepercayaan tertentu. Eksploitasi politik identitas masih dipakai partai politik atau kontestan tertentu, karena partai politik atau kontestan tersebut masih bersandar kepada praktik politik pragmatis, yakni segala cara digunakan demi meraih kemenangan di dalam Pemilu. Dampak dari praktik politik identitas ini adalah menjadi salah satu sebab semakin tingginya intoleransi dan berpotensi terjadinya disintegrasi sosial masyarakat. Disintegrasi sosial masyarakat pada dasarnya dipicu 2 (dua) hal penting, yakni kekuatan dari dalam masyarakat (*internal factor*), seperti adanya pergantian generasi dan berbagai penemuan maupun rekayasa, serta adanya kekuatan dari luar masyarakat (*external factor*), seperti pengaruh kontak antar budaya (*culture contact*).

Praktik politik identitas ini biasanya marak terjadi saat pesta demokrasi digelar. Walaupun “pesta” itu telah berakhir, namun eksploitasi politik identitas masih mewarnai kehidupan publik, termasuk “residu” dari sebelumnya. Hal ini, tanpa disadari banyak pihak, akibat eksploitasi politik identitas, telah menimbulkan dendam dari pihak-pihak yang merasa “dikalahkan” dalam pesta demokrasi tersebut. Kondisi ini tentu akan melahirkan “benih” disintegrasi sosial masyarakat. Berdasar hasil survei pada tahun 2018

yang dilakukan Lembaga Indo Survey dan Strategy (ISS) terhadap isu politik identitas, yaitu dalam perhelatan Pilkada 2018, maka diperoleh data bahwa responden cenderung tak mau memilih jika pasangan calon dalam Pilkada berbeda agama hingga pemahaman agama, yakni sebesar 59- 71%. Begitu juga dengan isu/sentimen ras maupun etnisitas, sebesar 60-69%. Selain itu, responden juga masih melihat keturunan atau primordial Paslon, yakni sebesar 51-62%. Kondisi ini mempunyai potensi akan mengancam hasil pelaksanaan Pemilu. Dimana meskipun salah satu kontestan memiliki visi, misi, dan program yang bagus, namun akan sirna di depan pemilih, ketika diserang kontestan lainnya, dengan “menjual” politik identitas, maka pelaksanaan Pemilu tersebut berpotensi jadi tidak aman, sekaligus gagal menghasilkan wakil rakyat/pemimpin secara demokratis. Penanganan eksploitasi politik identitas, terutama yang melalui media sosial, harus dapat dilakukan melalui tahapan-tahapan atau upaya yang sistematis dan kontinu, melalui kerja sama harmonis dengan instansi/lembaga terkait, hingga komponen masyarakat, yaitu dengan mengadaptasi referensi dari Clarke (1997), yang mana upaya di dalam pencegahan dan penanganan terhadap kondisi tertentu yang terindikasi pidana (*crime*), terdiri atas tahap *primary prevention* (preemptif), *secondary prevention* (preventif),serta adanya *tertiary prevention* (represif/penegakan hukum).

2. Metode

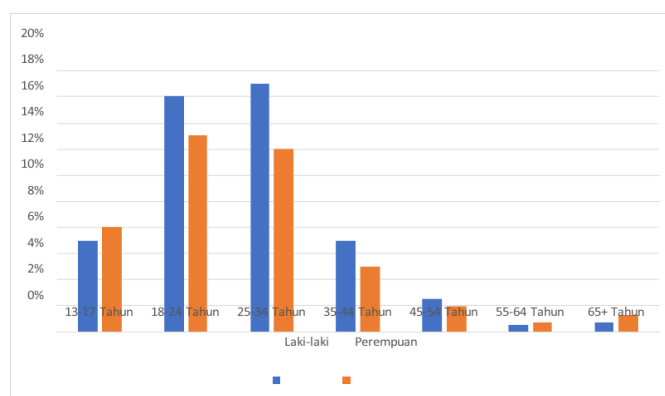
Metode yang dipakai dalam makalah ini adalah dengan mengaplikasikan metode deskriptif analisis empiris, yakni sebuah pendekatan keilmuan dengan menjalankan berbagai aktivitas ilmiah di lapangan, yaitu mencatat, menganalisis, mengkaji, hingga menginterpretasikan kondisi objektif, guna mendapat solusi/pemecahan masalah secara tepat, terutama yang terkait dengan politik identitas maupun penggunaan media sosial, serta akibatnya bagi generasi milenial dan pelaksanaan Pemilu. Sedangkan *knowledge approach* yang digunakan pada penelitian dan penyusunan makalah ini adalah pendekatan manajemen strategis serta *socio-legal research*, dengan diperkaya bidang keilmuan komunikasi, politik dan hukum, dilakukan dengan mengedepankan kajian masalah berdasarkan hasil observasi dan pengalaman penulis sebagai akademisi serta hasil referensi kepustakaan yang relevan. Jenis penelitian di dalam makalah ini adalah menggunakan mekanisme kualitatif serta mempunyai sifat penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data di dalam penulisan makalah ini adalah dengan metode tinjauan pustaka, mengumpulkan berbagai literatur atau sumber pustaka yang memiliki kaitan dengan masalah yang dibahas oleh penulis. Sumber pustaka tersebut berasal dari jurnal ataupun artikel dari website dan buku yang penulis dapatkan.

Analisis data yang dilakukan di dalam makalah ini merujuk kepada teknik analisis data secara kualitatif, berdasarkan referensi dari Miles, Huberman, dan Saldaña (2013), yakni: a) Reduksi Data (*Data Reduction*), yaitu melakukan reduksi data melalui tahap proses seleksi, membuat fokus penelitian, melaksanakan penyederhanaan data, hingga menyusun abstraksi dari data mentah yang telah ada berdasar catatan atau observasi, b) Penyajian Data (*Data Display*), yaitu proses penyajian data berbentuk kutipan interview secara utuh atau berbentuk saduran tanpa mereduksi substansi isi untuk data primer, sedangkan data sekunder akan ditampilkan dalam format tabel, grafik, atau gambar, dan c) Penarikan Kesimpulan (*Conclusion*), yaitu kesimpulan didapatkan dengan cara menghimpun dan menghubungkan pendahuluan, tinjauan pustaka, serta pembahasan yang disusun secara sistematis sehingga memudahkan dalam menarik suatu kesimpulan khusus.

3. Hasil Penelitian

Politik identitas bisa diartikan sebagai bentuk politik yang fokus utama dari kajian dan permasalahannya menyangkut berbagai perbedaan berdasarkan atas asumsi-asumsi fisik tubuh, etnisitas, primordialisme, serta pertentangan agama, kepercayaan, ras, atau bahasa, yang mana hal ini akan mengancam persatuan maupun kesatuan bangsa (Maarif, 2012). Politik identitas merupakan rumusan lainnya dari politik perbedaan. Kemunculan politik identitas merupakan respon terhadap pelaksanaan hak-hak asasi manusia (HAM) yang kerap kali diterapkan secara tidak adil. Politik identitas ini didasarkan kepada esensialisme strategis, yang mana individu bertindak seolah-olah identitas merupakan entitas yang stabil demi tujuan politis. Tiap gagasan mengenai diri, identitas, komunitas identifikasi (etnisitas, bangsa, atau kelas). Politik yang mengalir hanyalah sebuah fiksi yang menandai pembakuan makna secara temporer, parsial, dan arbitrer. Politik tanpa adanya penyisipan kuasa secara arbitrer ke dalam bahasa, persilangan arah, pengeratan ideologi, pemosisian, maupun retakan adalah suatu kemustahilan (Hall dan Gay, 1996).

Politik identitas pun tetap tumbuh di tengah era globalisasi serta perkembangan lingkungan strategis saat ini. Hal ini dapat dilihat pada internet dan media sosial, dimana setiap orang dapat menggunakannya, tidak peduli rentang usia dari penggunaannya. Berdasarkan data bulan Januari 2019 yang dirilis *We Are Social - Hootsuit*, maka dapat dilihat profil pengguna media sosial, seperti berikut.



Gambar 2. Social Media Audience Profile

Berdasarkan data diatas, maka dapat diketahui bahwa dari profil pengguna media sosial di Indonesia, pengguna paling aktif di media sosial berada pada rentang usia 18-24 tahun serta rentang usia 25-34 tahun, yakni masing-masing sebesar 33%. Sementara itu rentang usia 13-17 tahun cuma sebesar 15% dan rentang usia 35-44 tahun hanya sebesar 12%. Hal ini mengekspos bahwa mayoritas pengguna media sosial di Indonesia adalah Generasi Y dan Z atau Generasi Milenial. Keberadaan generasi ini menjadi sangat "powerful" dari sisi ekonomi, bisnis, dan politik.

Pada pelaksanaan Pemilu 2024, generasi milenial bisa menjadi kunci kemenangan Pileg dan Pilpres. Tidak saja karena jumlah yang banyak, 80 juta atau 1/3 total penduduk Indonesia, namun generasi milenial yang berusia 19-39 tahun ini sudah mempunyai hak pilih aktif di dalam Pemilu 2024. Namun faktanya, generasi milenial negeri ini masih rentan dengan pertarungan *hoax*, pelintiran kebencian, maupun politik identitas. Terlebih lagi, medan kontestasi di media sosial turut memengaruhi persepsi generasi milenial dalam membangun cara pandang dan melihat masa depan negeri ini. Survei yang dilakukan *Centre for Strategic and International Studies (CSIS)* di bulan Agustus 2018

menyoroti aspirasi generasi milenial dalam kepemimpinan, politik, dan toleransi. Survei ini memakai 1.200 sampel dengan responden yang dikategorikan pada generasi milenial, yakni rentang usia 18-38 tahun, yang dipilih secara acak/*random* dari 38 provinsi di Indonesia. Hasil dari riset tersebut adalah generasi milenial menyuarakan tantangan besar di Indonesia, dimulai dari aspek keterbatasan lapangan pekerjaan (25,5%), tingginya harga pangan (21,5%), serta tingginya angka kemiskinan (14,3%).



Gambar 3. Hasil Survei CSIS Aspirasi Generasi Milenial Dalam Kepemimpinan, Politik, Dan Toleransi

Riset CSIS ini juga memotret batas-batas politik dan toleransi dalam kehidupan generasi milenial. Generasi ini cenderung tidak setuju jikalau ada gagasan mengganti Pancasila dengan ideologi yang berbeda. Aspirasi ketidaksetujuan ini sangat tinggi, yakni sebesar 90,5%, berbanding terbalik dengan yang setuju (9,5%). Namun, dalam penerimaan terhadap pemimpin yang berbeda agama, generasi ini cenderung tak bisa menerima (53,7%), sedang yang dapat menerima pemimpin beda agama sebanyak 36,3%. Sedangkan terkait dengan politik, generasi milenial cenderung belum memiliki pilihan politik ketika survei berlangsung (71,3%), sebaliknya sebanyak 28,7% telah memiliki pilihan politik. Untuk penggunaan media sosial selaku media informasi politik, generasi ini cenderung tidak peduli dengan iklan politik melalui media sosial (68,4%), maka hanya 31,6% generasi ini yang peduli. Sedangkan terkait pandangan generasi ini terhadap isu politik identitas melalui media sosial, generasi ini cenderung tidak tertarik (86,7%), dan hanya 13,3% yang tertarik.

Berkaca dengan hasil survei tersebut, maka menjadi signifikan untuk membangun interaksi yang lebih "*fresh*" dengan generasi milenial, dengan menciptakan ruang literasi politik serta komunikasi lintas agama dan budaya. Interaksi ini tidak sekadar sentuhan di media sosial, tetapi juga perlunya berbagi pengalaman secara lebih konkret dan kental dengan impresi yang komprehensif. Ruang publik yang menjadi ruang interaksi antar-pemuda lintas agama, etnis, maupun politik perlu diciptakan sebagai ruang netral untuk merawat kebhinekaan.

4. Pembahasan

Eksplorasi diartikan sebagai satu hal tindakan untuk memperlakukan individu lain guna tujuan kepentingan sendiri (Emirzon, 2007).Eksplorasi dapat dimaknai sebagai suatu perilaku diskriminatif atau perlakuan yang dilakukan secara sewenang-wenang di tengah lingkungan publik (Suharto, 2005). Penduduk Indonesia memiliki interest yang tinggi pada media sosial, sehingga media sosial mampu mengubah pola penyebaran informasi serta komunikasi. Media sosial ini dimanfaatkan oleh berbagai bidang, baik

ekonomi, bisnis, sosial, hingga politik. Untuk bidang politik, media sosial pun digunakan oleh kontestan Pemilu sebagai media kampanye untuk menarik suara pemilih, termasuk generasi milenial. Namun, eksistensi media sosial di dalam bidang politik pun terpapar oleh aksi atau eksploitasi politik identitas. Beberapa contoh/ujud *postingan* di media sosial yang terindikasi mengeksploitasi politik identitas dapat dilihat pada gambar-gambar berikut.



Gambar 4. Politik Identitas (Primordialisme)

Melihat dari Gambar 4 di atas, maka dapat dicermati, kontestan Pemilu memakai praktik politik identitas, yakni pencantuman nama keluarga/orang tua (primordialisme).



Gambar 5. Politik Identitas (Sentimen Agama)

Melihat dari Gambar 5 tersebut, maka dapat dicermati, kontestan Pemilu memakai praktik politik identitas, yakni sentimen agama dan tidak mencantumkan foto sendiri.



Gambar 6. Politik Identitas (Sentimen Etnis)

Melihat dari Gambar 6 tersebut, kontestan Pemilu memakai praktik politik identitas, yakni sentimen etnis yang diwujudkan melalui penulisan dengan huruf Tionghoa/Mandarin.

Berdasarkan beberapa contoh gambar di atas, masih banyak contoh politik identitas yang bertebaran di media sosial. Kontestan Pemilu tidak memberi perhatian pada konteks dari visi atau program yang ingin ditawarkan kepada masyarakat, namun menampilkan identitas personal. Hal ini apabila dibiarkan tak akan memberikan edukasi politik yang cerdas bagi publik, namun cenderung akanjadi disintegrasi sosial. Disintegrasi sosial terjadi sebab ada ketidakseimbangan dalam sistem ataupun masyarakat (Tainter, 1990). Untuk itu berbagai gejala disintegrasi sosial yang mungkin terjadi di dalam suatu masyarakat harus dapat diantisipasi sedini mungkin, dengan cara-cara sebagai berikut. (1) Memperkuat kesepakatan di lingkungan masyarakat tentang tujuan sosial yang ingin dicapai serta menjadi pegangan masyarakat tersebut. (2) Memperkuat norma sosial yang ada untuk menjaga tujuan yang disepakati. (3) Meningkatkan penghayatan pada norma-norma yang telah ada di dalam masyarakat. (4) Sanksi kian diperkuat serta dilaksanakan secara konsekuen maupun konsisten. (5) Tindakan yang dilaksanakan setiap warga masyarakat harus seirama dengan berbagai norma yang berlaku di masyarakat.

5. Simpulan

Politik identitas sebenarnya baik dan dapat dimainkan demi terciptanya kesetaraan bagi semua warga negara agar tiap individu memiliki kesempatan yang sama di semua bidang, baik pendidikan, ekonomi, politik, dan pemerintahan. Sebab pada realitasnya, masih terjadi dikotomi antara mayoritas dan minoritas. Problematika demikian menjadi faktor utama terjadinya politik identitas. Politik identitas lewat media sosial, kerap diartikan sebagai politik yang mengedepankan relasi emosional dan merendahkan pertimbangan rasional. Hal ini kian masif, sejak maraknya penggunaan media sosial ditambah dengan perilaku dari generasi milenial yang cenderung kurang agresif dalam hal politik, sehingga pilihan yang ditentukan dalam pelaksanaan Pemilu lebih karena bersifat dorongan serta kurang mengedepankan pilihan karena berdasarkan pertimbangan kemanfaatan umum. Pilihan dilaksanakan berdasarkan identitas, karena relasi ras, etnis, primordial, dan juga karena kesamaan keyakinan agama. Upaya penanganan eksploitasi politik identitas, termasuk melalui media sosial, perlu dilaksanakan secara masif, sistematis, dan komprehensif, dengan pelibatan semua pelaksana Pemilu, aparat penegak hukum, serta institusi/lembaga terkait lain. Terdapat 3 (tiga) pendekatan guna menangani praktik politik identitas melalui media sosial, yakni pendekatan teknologi, pendekatan sosial budaya dan etika, serta pendekatan hukum. Hal ini dilakukan agar masyarakat khususnya generasi milenial, tak menjadi korban serta mencegah adanya disintegrasi sosial masyarakat, sehingga semua tahapan dari pelaksanaan Pemilu 2024 berlangsung aman dan demokratis. Keberhasilan dalam pelaksanaan Pemilu ini akan menghasilkan pemimpin serta wakil rakyat yang kredibel.

Referensi

- Sardini, Nur Hidayat. (2011). Restorasi Penyelenggaraan Pemilu di Indonesia. Fajar Media Press. Yogyakarta.
- Tainter, Joseph A.. (1990). *The Collapse of Complex Societies*. Cambridge University Press. London.
- Ali, Hasanuddin & Lilik Purwandi. (2017). *Milenial Nusantara*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Clarke, Ronald V.. (1997). *Situational Crime Prevention: Successful Case Studies*. 2nd Edition. Criminal Justice Public Relation. New York.

- Emirzon, Joni. (2007). Prinsip-prinsip Good Corporate Governance: Paradigma Baru dalam Praktik Bisnis Indonesia. Cetakan Pertama. Genta Press. Yogyakarta.
- Hall, Stuart & Paul du Gay. (1996). Questions of Cultural Identity. 1st Edition. Sage Publications Ltd.. Thousand Oaks.
- Suharto. (2005). Eksploitasi terhadap Anak dan Wanita. CV. Intermedia. Jakarta.
- Maarif, Ahmad Syafii. (2012). Politik Identitas dan Masa Depan Pluralisme Kita. Democracy Project. Jakarta.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, and Johnny Saldaña. (2013). Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook. 3rd Edition. SAGE Publications Inc. Thousand Oaks.