

## JAWABAN TUGAS 1

Rhiza S. Sadjad  
NIM 045276176

Fakultas : FHSIP/Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Kode>Nama MK : **SOSI4408.6/Sosiologi Politik 6**  
Tugas : 1

### Pertanyaan 1/2:

*Jelaskanlah apa yang dimaksud dengan sosialisasi politik? Beri jawaban anda dengan terlebih dahulu mengemukakan pendapat dari para ahli (setidaknya dari tiga ahli).*

### Jawaban 1/2:

Topik “sosialisasi politik” (*political socialization*) dibahas tuntas dalam **Modul 03** dari referensi [1], khususnya terkait pengertiannya dibahas pada hal. **3.4 – 3.5**. Sebelum memberikan jawaban tentang pemahaman saya, terlebih dahulu akan diuraikan pendapat dari 3 (tiga) orang pakar, yang diperoleh dari referensi [2].

Menurut **Robert A. Dahl [1915 – 2014]**, seorang ahli ilmu politik yang juga praktisi politik dari Amerika Serikat, sosialisasi politik merupakan suatu proses yang membuat seseorang mengambil sikap politik tertentu, atau memperoleh keyakinan, sehingga dapat ber-opini dan berperilaku sesuai dengan sikap politik dan keyakinannya tersebut. Sosialisasi politik, menurut **Dahl**, meliputi pewarisan budaya politik dari satu generasi ke generasi selanjutnya, melalui keluarga, pendidikan, media atau kelompok-kelompok tertentu. Pendapat **Dahl** ini disepakati oleh **David Easton [1917 – 2014]**, seorang ilmuwan politik dan sosiolog Amerika Serikat kelahiran Kanada. Jika **Dahl** membicarakan tentang budaya politik, maka **Easton** menekankan pada tatanan nilai, dengan mengatakan bahwa sosialisasi politik adalah proses bagaimana tatanan nilai-nilai politik diteruskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. **Easton** juga menekankan pentingnya peranan dari lembaga-lembaga sosial, seperti keluarga, sekolah dan media, dalam proses sosialisasi politik tersebut, utamanya dalam membentuk orientasi politik seseorang atau sekelompok orang, serta bagaimana mereka berperilaku sebagai warga-negara.

Pakar ketiga yang perlu disebutkan di sini, berdasarkan rujukan dari referensi [2], adalah **Harold D. Lasswell [1902 – 1978]**, seorang pakar psikologi-politik dari Amerika Serikat, alumnus *University of Chicago*. Beliau men-definisi-kan sosialisasi politik sebagai proses memperoleh (*acquiring*) dan meneruskan (*transmitting*) warisan budaya dari suatu sistem politik, termasuk pengetahuan, keyakinan, norma dan tatanan nilai di dalamnya. Mirip dengan **Dahl**, **Lasswell** juga menekankan aspek budaya dari sosialisasi politik, dan peranannya dalam membentuk pemahaman seseorang tentang dunia politik.

Ekonom **Kwik Kian Gie** pernah mengatakan bahwa sistem politik-ekonomi Indonesia sebenarnya sudah dirumuskan sejak sebelum Indonesia merdeka oleh para “*founding fathers*”, yaitu putera-puteri terbaik dan terpandai Indonesia saat itu, yang umumnya mendapatkan pendidikan terbaik dari Negeri Belanda. Rumusan ini, yang kemudian di-sosialisasi-kan dari generasi awal ke generasi-generasi selanjutnya, sering disebut sebagai nilai-nilai luhur 1945 atau disingkat sebagai “*semangat '45*”, yang penjabarannya dapat dibaca sebagai dokumen **Pembukaan UUD 1945**, atau yang lebih aslinya, **Naskah Piagam Jakarta**. Nilai-nilai luhur itu didasari oleh suatu keyakinan bahwa “*kemerdekaan adalah hak segala bangsa.....dst.*”.

Contoh sosialisasi politik yang paling spektakuler adalah program Penataran Pedoman Penghayatan dan Pengamalan Panca Sila (Penataran P4) yang diselenggarakan secara TSM (Terstruktur, Sistematis dan Masif) oleh rezim Orde Baru sejak awal tahun 1980-an.. Nilai-nilai Panca Sila dijabarkan dalam 48 (empat puluh delapan) butiran, lalu di-sosialisasi-kan ke seluruh jajaran lembaga pendidikan dari Sekolah Dasar sampai Perguruan Tinggi melalui pelajaran dan mata-kuliah PMP (Pendidikan Moral Pancasila), dan di-sosialisasi-kan ke instansi-instansi pemerintah melalui Penataran P4, kursus pra-jabatan Calon Pegawai Negeri Sipil (CPNS), dan lain-lain. Tapi rupanya sosialisasi politik yang dilaksanakan puluhan tahun itu, terbukti tidak efektif. Nilai-nilai luhur Panca Sila yang diwariskan oleh para “*founding fathers*” sebagai “*semangat 1945*” tidak diterima dengan baik oleh generasi selanjutnya, apalagi diteruskan ke generasi berikutnya. Sebagai contoh ke-tidak-efektif-an sosialisasi politik Penataran P4 adalah kasus korupsi, misalnya, yang semakin hari semakin mem-budaya. Yang *doeloe* hanya menyangkut uang puluhan atau ratusan juta rupiah, dalam satu-dua dekade setelah reformasi tahun 1998, malah makin meningkat menjadi milyaran, bahkan akhir-akhir ini sudah mencapai trilyunan.

Dengan contoh yang dikemukakan di atas, dapatlah dijelaskan bahwa sosialisasi politik adalah upaya yang TSM untuk menyebarkan dan meneruskan nilai-nilai luhur dari generasi pendahulu ke generasi selanjutnya demi keberlangsungan kehidupan berbangsa dan bernegara, khususnya keberlangsungan sistem politik yang telah dipilih sebagai konsensus para pendahulu. Sosialisasi politik bisa berjalan efektif bisa juga tidak efektif. Sosialisasi politik nilai-nilai luhur “*semangat 1945*” sampai detik ini belum terbukti efektif. Banyak pihak yang mem-prihatin-kan kondisi kebangsaan di negeri ini. Puncak-puncaknya adalah terjadinya berbagai pelanggaran etika dan kecurangan (yang ditengarai juga TSM) dalam Pilpres dan Pilleg yang baru lalu. Walau pun dinyatakan tidak terbukti telah terjadi pelanggaran hukum oleh Mahkamah Konstitusi, tapi semua menyadari bahwa yang tidak terbukti secara hukum itu bukannya berarti tidak pernah terjadi sama-sekali. Berbagai komponen bangsa, seperti para akademisi dan gurubesar berbagai perguruan tinggi ternama, beramai-ramai menyatakan keprihatinan mereka atas kondisi bangsa. Mereka tidak ingin

mewariskan ke generasi selanjutnya, bangsa yang tidak menjunjung tinggi etika, dan menghalalkan berbagai kecurangan dalam Pemilu.

Pertanyaan 2/2:

*Berilah penjelasan anda mengenai data yang tertera pada databoks. Kemudian bagaimana menurut anda sosialisasi politik yang baik, mengingat generasi muda begitu erat dengan dunia digital sehingga hal-hal buruk mudah mengafeksi mereka. Kaitkan jawaban anda dengan konsep sosialisasi politik yang telah dipelajari.*

Jawaban 2/2:

Menurut hemat saya, kutipan tentang pelanggaran yang ditemukan BAWASLU kurang memberikan gambaran tentang seberapa banyak – dalam persen - sebenarnya pelanggaran konten yang terjadi dibandingkan keseluruhan konten yang dipantau dan dilaporkan. Kutipan dari teks di atas:

*“Berdasarkan platformnya, konten pelanggaran terkait Pemilu 2024 paling banyak dijumpai di Instagram, yakni 72 konten. Kedua terbanyak ditemukan di Facebook dengan jumlah 69 konten. Diikuti oleh pelanggaran konten di Twitter atau X (54 konten), TikTok (7 konten), dan YouTube (2 konten)”*

yang jika dijumlahkan seluruhnya, konten yang merupakan pelanggaran ada  $72 + 69 + 54 + 7 + 2 = 204$  konten. Apakah jumlah 204 konten ini cukup banyak (masif) atau sedikit? Tentu tergantung dari berapa banyak seluruhnya populasi *samples* yang di-evaluasi. 204 dari 300 konten tentu banyak, tapi 204 dari seluruhnya 300.000 konten yang di-evaluasi tentu tidak ada artinya, Jadi sebenarnya kutipan di atas tidak menunjukkan secara tegas, apakah pelanggaran melalui media sosial itu bersifat masif, atau hanya sedikit.

Selanjutnya, bisa dikutip juga:

*“Adapun berdasarkan jenisnya, konten pelanggaran ini mencakup ujaran kebencian, politisasi suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA), serta pelanggaran berita bohong”*.

Beredarnya ujaran kebencian, politisasi SARA dan berita bohong (*hoax*) akan selalu terjadi dan ada dalam segala jenis media, baik media sosial mau pun media *main-stream*, media cetak mau pun media elektronik, radio mau pun televisi. Hanya saja, peredaran berita di media sosial memang lebih masif dan meluas, karena setiap pengguna media sosial dapat menjadi pembaca, pendengar, pemirsa, dan sekaligus sebagai sumber dan pengedar berita. Berbeda dengan media *main-stream* yang dikelola oleh penanggung-jawab-nya yang bekerja secara profesional menggunakan kaidah-kaidah baku jurnalistik dan publisistik. Jadi, menurut hemat saya, selama peredaran konten-konten yang melanggar itu hanya di seputar media-sosial, bukan di media *main-stream*, maka *insya Allah* tidak akan menjadi masalah untuk masyarakat pada umumnya, khususnya generasi muda.

Selanjutnya terkait dengan sosialisasi politik yang baik. Menurut pandangan saya, di mana pun dan pada jaman kapan pun, (konten) sosialisasi politik yang baik adalah yang bersumber dari **keteladanan nyata** – bukan sekedar pencitraan – dari tokoh-tokoh politik dan para *elite* di masyarakat. Sosialisasi politik dengan menggunakan jargon-jargon dan slogan-slogan kosong tidak akan efektif, apalagi dengan pidato-pidato panjang berupa *pepesan* kosong dari atas mimbar. Keteladanan nyata, dalam bentuk kesesuaian antara perkataan dan perbuatan, yang didasari oleh ketulusan hati, merupakan konten yang terbaik yang dijadikan materi sosialisasi politik. Jika contoh keteladanan yang nyata ini, dengan ketulusan hati yang mendasarinya, sepenuhnya dapat ditangkap dengan kamera dan mikrofon, tentunya akan menjadi konten yang baik untuk suatu program sosialisasi politik. Bagaimana pun sifat *fithrah* manusia umumnya selalu cenderung kepada kebaikan, dan membenci keburukan. Tidak benar bahwa melalui dunia digital hanya hal-hal buruk saja yang bisa meng-afeksi generasi muda, lebih banyak hal-hal baik juga bisa efektif mempengaruhi. Banyak *influencer* dan *motivator* yang sukses mempengaruhi generasi muda dengan hal-hal yang baik melalui konten-konten kebaikan yang mereka buat di media sosial.

Jadi terkait dengan sosialisasi politik sesuai yang dibahas pengertiannya pada pertanyaan sebelumnya, permasalahannya bukan karena kedekatan generasi muda dengan media sosial, melainkan karena kurangnya konten keteladanan nyata yang ditunjukkan oleh para politisi, tokoh-tokoh bangsa dan para *elite*, yang di-ekspos di media sosial. Konten yang meng-ekspos keteladanan nyata para tokoh dan *elite* inilah, menurut hemat saya, yang perlu diperbanyak dan disebar di media sosial, khususnya di *platform-platform* yang diminati generasi muda, seperti *Instagram*, *Tik-Tok*, *Facebook*, *Twitter* dan *YouTube*, serta juga berbagai media *chatting* seperti *WhatsApp* dan *Telegram*.

## REFERENSI

- [1] Arie S. Soesilo, Dodi Prayogo dan Purwatiningsih, “*Sosiologi Politik*”, Modul 1 – 9, SOSI4408, Edisi 2 [Agustus 2023], Penerbit Universitas Terbuka, Jakarta
- [2] ChatGPT, Aplikasi *Chatting* berbasis AI, dalam Sistem Operasi Android.