

Komodifikasi Ekstensi Kesalehan Aktor Politik Dalam Pemilihan Presiden 2019: Analisis Multimodalitas = The Commodification of Piety Extension of Political Actors in Political Contestation (Multimodality Analysis of Political Messages on President and Vice-President Candidate's Twitter Accounts in the 2019 Presidential Election)

Karman, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20519293&lokasi=lokal>

Abstrak

Demokrasi yang mempromosikan nilai kesetaraan, keadilan, rasionalitas dan imparsialitas menghadapi tantangan yang bersumber dari praktik penggunaan kesalehan agama. Aktor politik yang bersaing dalam kontestasi politik melakukan komodifikasi dengan cara mengekstensifkan kesalehan mereka dalam praktik penggunaan bahasa. Media sosial salah satunya Twitter menjadi kanal ekstensi kesalehan mereka. Praktik komodifikasi ini menjadikan agama/kesalehan sebagai alat memenangkan kontestasi politik, termasuk kontestasi presiden dan wakil presiden 2019. Penelitian ini bertujuan mengevaluasi praktik komodifikasi ekstensi kesalehan aktor politik dalam kontestasi pemilihan 2019. Tujuan detail penelitian ini adalah: (1) Menemukan bentuk-bentuk komodifikasi ekstensi kesalehan calon presiden dan wakil presiden tahun 2019 dalam pesan-pesan yang mengandung komodifikasi ekstensi kesalehan Islam selama kontestasi pemilihan presiden 2019 melalui penggunaan bahasa di akun Twitter mereka; (2) Menggambarkan aspek-aspek kesalehan Islam yang dikomodifikasi oleh calon presiden dan wakil presiden tahun 2019 selama masa kontestasi pemilihan presiden 2019 melalui penggunaan bahasa di akun Twitter mereka; (3) Menggambarkan orientasi calon presiden dan wakil presiden tahun 2019 dalam pesan-pesan yang mengandung komodifikasi ekstensi kesalehan selama masa kontestasi pemilihan presiden 2019 melalui penggunaan bahasa di akun Twitter mereka. Penelitian ini menggunakan konsep Komodifikasi Mosco. Konsep ini menjadi pintu masuk dalam kajian ekonomi politik kritikal. Dengan pendekatan kualitatif dan metode Analisis Multimodalitas terhadap pesan kandidat calon presiden dan wakil presiden 2019, penelitian ini menemukan bahwa aktor politik melakukan komodifikasi ekstensi kesalehan dalam bentuk: Komodifikasi Developmentalisme Berbasis-Kesalehan, Komodifikasi ekstensi kesalehan personal-berorientasi sosial, komodifikasi ultra-nasionalisme Berbasis Islamisme, komodifikasi Negara-Sejahtera berdasarkan Islamisme. Penelitian menyimpulkan bahwa komodifikasi ini dengan komodifikasi kesalehan instrumental dalam politik Indonesia. Komodifikasi ini tidak menempatkan kesalehan sebagai tujuan. Sebaliknya, kesalehan sebagai alat untuk tujuan sebenarnya. Dalam kontestasi politik, komodifikasi ini memproduksi nilai tukar elektoral melalui ekstensi komoditas imaterial kesalehan yang berpotensi meningkatkan elektoral. Aktor politik melakukan Komodifikasi kesalehan instrumental melalui peneguhan kapital mereka dan mengasosiasikannya dengan komoditas imaterial kesalehan. Kapital mereka sebagai kandidat politik ber-interplay dengan kesalehan

.....Democracy that promotes the values of equality, justice, rationality, and impartiality faces challenges stemming from the practice of using religious piety. Political actors who compete in political contestations carry out commodification by extending their piety in the practice of language usage. Social media (in this case Twitter) transmit their piety extensions. This commodification practice makes religion/piety a tool to

win political contestations, including the 2019 presidential and vice-presidential contests. This study aims to evaluate the practice of commodifying the piety extension of political actors in the 2019 election contestation. There are four objectives in this research. They are (1) to Find forms of commodification of the piety extensions of the 2019 president and vice president candidates in their messages containing the commodification of Islamic piety extensions during the 2019-presidential election contestation through the use of language on their Twitter accounts; (2) to describe aspects of Islamic piety commodified by the 2019 president and vice-president candidates during the 2019 presidential election contestation through the use of language on their Twitter accounts; (3) to describe the orientation of the 2019 president and vice-president candidates in their messages containing the commodification of piety extensions during the 2019 presidential election contestation period through the use of language on their Twitter accounts. This study uses the concept of Commodification introduced by Vincent Mosco. This concept becomes an entry point in the study of critical political economy, including the political economy of communication). By using a qualitative approach and the Multimodality Analysis method toward political candidate's postings, this study find that political actors commodify Islamic piety extensions which are categorized into four models. They are commodification of piety-based developmentalism, commodification of social oriented personal piety, commodification of Islamism-based Ultrnationalism, commodification of Islamism-based Welfare State. The study concludes that this commodification with the commodification of instrumental piety in Indonesian politics. This commodification does not place piety as a goal but as an instrument to their political goals. In a political contest, this commodification produces an electoral exchange rate through the extension of the immaterial commodity of piety that has the potential to increase electoral power. Political actors carry out the commodification of instrumental piety through strengthening their capital and associating it with the immaterial commodity of piety. Their capitals as political candidate interplay with piety