

Political Communication of the Ummat Party in the 2024 Election

Atok Iful Fuat^{1*}, Andrik Purwasito², Sudarmo³

Universitas Negeri Sebelas Maret, Surakarta

Corresponding Author: Atok Iful Fuat, iful.atok09@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Political Identity,
2024 Elections, Ummat Party,
Campaign Strategies

Received : 15, June

Revised : 30, June

Accepted: 31, July

©2024 Fuat, Purwasito, Sudarmo:

This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

This research aims to analyze how identity-based political parties develop and introduce their existence in the 2024 elections in Indonesia, focusing on the case study of the Ummat Party. Through a descriptive qualitative approach, this study explores campaign strategies and patterns of political communication used by the Ummat Party to attract voter support. The research employs a qualitative approach, focusing on the general principles underlying the manifestation of meaning from social phenomena in society. Findings indicate that identity politics, particularly based on ethnicity and religion, dominate the campaign strategies of political parties, albeit controversially. While successful in garnering voter support, identity politics also generates social and political impacts that require further attention. Implications of identity politics on the political system and national unity are of primary concern, demanding in-depth analysis of the political and social dynamics in Indonesia. This study provides valuable insights into the role of identity politics in the Indonesian electoral context and lays the groundwork for further research on this topic.

Komunikasi Politik Partai Ummat pada Pemilu 2024

Atok Iful Fuat^{1*}, Andrik Purwasito², Sudarmo³

Universitas Negeri Sebelas Maret Surakarta

Corresponding Author: Atok Iful Fuat, iful.atok09@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Identitas politik, Pemilu 2024, Partai Ummat, Strategi Kampanye

Received : 15, June

Revised : 30, June

Accepted: 31, July

©2024 Fuat, Purwasito, Sudarmo:

This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana partai politik identitas mengembangkan dan memperkenalkan eksistensinya dalam pemilu tahun 2024 di Indonesia, dengan fokus pada studi kasus Partai Ummat. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini mengeksplorasi strategi kampanye dan pola komunikasi politik yang digunakan oleh Partai Ummat untuk menarik dukungan pemilih. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif memusatkan perhatian pada prinsip-prinsip umum yang mendasari perwujudan sebuah makna dari gejala-gejala sosial di masyarakat. Temuan menunjukkan bahwa politik identitas, terutama berdasarkan etnisitas dan agama, mendominasi strategi kampanye partai politik, meskipun kontroversial. Meskipun berhasil dalam meraih dukungan pemilih, politik identitas juga menimbulkan dampak sosial dan politik yang perlu diperhatikan lebih lanjut. Implikasi politik identitas terhadap sistem politik dan persatuan nasional menjadi perhatian utama, yang menuntut analisis mendalam tentang dinamika politik dan sosial di Indonesia. Penelitian ini memberikan wawasan yang berharga tentang peran politik identitas dalam konteks pemilu Indonesia dan menyediakan dasar untuk penelitian lanjutan tentang topik ini.

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan sehari-hari, istilah "politik" sudah biasa karena segala sesuatu yang dilakukan untuk kepentingan kelompok atau kekuasaan sering disebut dengan label politik. Proses pemilu di suatu negara digerakkan oleh sistem pemilu dan peran penting aktor-aktor pemilu. Untuk memastikan pemilu yang demokratis, semua pihak berinteraksi satu sama lain untuk bertukar informasi. Interaksi antara kandidat dan masyarakat, atau pemilih, terjadi selama proses pemilu. Sebagai aktor politik, kandidat menyampaikan pesan politik kepada pemilih untuk mendapatkan dukungan mereka.

Selama kampanye politik, penyampai dapat menyampaikan pesan politik baik secara tertulis maupun lisan, serta melalui komunikasi verbal maupun nonverbal yang ditujukan kepada pemilih melalui berbagai saluran atau media. Beberapa aspek dalam proses kampanye menunjukkan komunikasi dua arah antara pengirim pesan (misalnya kandidat), penerima pesan (misalnya pemilih), pesan politik atau informasi, dan media yang digunakan. Komunikasi politik yang terjadi antara aktor-aktor pemilu selama proses kampanye ditunjukkan oleh terpenuhinya keempat komponen ini.

Strategi politik identitas, yang sering digunakan dalam kampanye politik, pemasaran, dan komunikasi politik untuk tujuan mendapatkan suara pemilih yang banyak, adalah aspek penting dari dinamika politik di Indonesia. Menurut Ma'arif dalam bukunya "Politik Identitas dan Masa Depan Pluralisme Indonesia", politik identitas di Indonesia lebih berkaitan dengan etnisitas, agama, ideologi, dan kepentingan lokal, yang sebagian besar diwakili oleh para elit politik dalam bentuk yang berbeda. (Ma'arif, 2012).

Identitas seseorang dapat mencerminkan atau mewakili institusi selain etnisitasnya. Ini dapat terjadi dalam konteks etnisitas, seperti Jawa, Madura, Bali, Tionghoa, Arab, dan sebagainya; dalam konteks agama, seperti Islam, Kristen, Katolik, Hindu, Buddha, dan Tridharma atau Khong Hu Chu, identitas seseorang juga dapat mencerminkan atau mewakili institusi yang sama. (Sukanto, 2010).

Di Indonesia politik identitas lebih terkait dengan masalah etnisitas, agama, ideologi, dan kepentingan-kepentingan lokal yang diwakili pada umumnya oleh para elit dengan artikulasinya masing-masing. Dalam Pancasila Negara Republik Indonesia yang berkaitan dengan isu politik identitas tertera dalam sila ke-2 yang berbunyi "Kemanusiaan yang Adil dan Beradab" serta sila ke-3 yang berbunyi "Persatuan Indonesia" dalam artian bahwa penggunaan politik identitas yang mana politik identitas itu sendiri merupakan salah satu strategi politik yang mana memungkinkan meraup suara banyak tetapi dengan menggunakan strategi pemasaran politik ini justru akan berdampak panjang yang bisa mengakibatkan retaknya persatuan antar warga negara Indonesia yang mana terdiri dari banyak suku, ras, agama dan etnis.

Partai Ummat merupakan sebuah partai politik yang mendeklarasikan bahwasannya partai ini merupakan partai identitas hal ini sesuai dengan saat partai Ummat menggelar rapat kerja nasional perdana di Asrama Haji, 13 Februari 2023, Jakarta Timur. Rapat itu dibuka oleh Ketua Umum Partai Ummat, Ridho Rahmadi. Saat membuka rapat kerja itu, Ridho menyampaikan

partainya mengusung politik identitas. Pernyataan partainya akan melawan narasi politik yang kosong dan menyesatkan dengan cara beradab dan elegan. Partai Ummat secara khusus akan melawan dengan cara yang beradab dan elegan narasi latah yang kosong dan menyesatkan. Dalam rapat tersebut Ridho Rahmadi sebagai ketua umum partai ummat mengungkapkan bahwasannya "Kita akan secara lantang mengatakan, 'Ya, kami Partai Ummat, dan kami adalah politik identitas". (Kompas.com)

Dalam hal ini Ridho Rahmadi juga menyampaikan bahwasannya Sebelumnya, dalam pidato di Rakernas Partai Ummat, Ridho menyampaikan pendapatnya bahwa politik tak bisa dipisahkan dari agama. "Sedangkan nilai-nilai moralitas agama memberikan referensi yang absolut yang permanen yang tidak pernah berubah lintas zaman, lintas generasi. Kemudian kalau kita pisahkan dari politik, maka politik kita yang tanpa arah, politik yang nanti referensinya kebenaran yang relatif situasional," menyinggung bahwa politik gagasan semestinya tidak dilarang di masjid. Sebab, menurut dia, hal yang seharusnya dilarang di masjid adalah politik provokasi. "Yang seharusnya dilarang di masjid bukan lah politik gagasan, tapi politik provokasi. Keduanya sangat berbeda,". (Kompas.com)

Fenomena Politik identitas sering menjadi subjek perdebatan di masyarakat, terutama karena dianggap sebagai strategi yang berhasil bagi kandidat atau aktor politik untuk mendapatkan suara. Strategi ini digunakan oleh partai politik untuk berkomunikasi dengan pemilih melalui pesan yang disampaikan dalam jargon kampanye. Identitas seperti kesukuan, etnisitas, agama, dan golongan biasanya menjadi bahan kampanye. Metode kampanye ini masih menjadi perhatian utama, meskipun beberapa pemilu telah berlangsung secara bersamaan. Salah satu manifestasi politik identitas adalah jargon kampanye yang mengandalkan identitas diri, yang memiliki banyak reaksi dari masyarakat. Akhirnya, pilihan kandidat pada hari pemungutan suara dipengaruhi oleh tanggapan tersebut. Tidak lepas dari pengaruh politik identitas yang semakin meningkat, masyarakat memiliki pertimbangan khusus saat memilih kandidat.

Politik identitas kerap disisipkan dalam bahasa kampanye dan slogan-slogan yang mengacu pada identitas kandidat, yang diyakini sebagian pihak mengandung unsur suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA). Namun tidak jarang pemilih yang menggunakan strategi politik identitas ini untuk memenangkan pemilu dan memperoleh suara terbanyak. Keberhasilan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi politik kepada pemilih melalui pesan-pesan dalam bahasa pemilu efektif dalam mempengaruhi pemilih. Namun yang menjadi pertanyaan adalah apakah pesan dan informasi yang disampaikan melalui bentuk politik identitas tersebut memberikan dampak positif atau negatif bagi pemilih.

Banyak kelompok yang menyimpulkan bahwa konflik baru antara negara dan agama mungkin akan muncul di Indonesia, terutama mengingat tingginya ketegangan politik pada pemilu tahun 2019. Relasi kekuasaan politik antara identitas agama dan negara sebenarnya bukan persoalan baru di Indonesia. Sejarah menunjukkan ketegangan ini dirasakan dalam empat fase

kenegaraan Indonesia. Kehadiran gerakan Islam dan upaya memaksakan politik sektarian sebagai hukum resmi negara telah dibuktikan sejak masa pra kemerdekaan, Orde Baru, dan pasca Reformasi.

PELAKSAAN DAN METODE

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif, yang berfokus pada prinsip-prinsip dasar yang membentuk makna dari gejala-gejala sosial di masyarakat. Dalam pendekatan kualitatif, objek analisis adalah makna dari fenomena sosial dan budaya, dengan memanfaatkan kebudayaan masyarakat terkait untuk mendapatkan gambaran mengenai kategorisasi tertentu. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Menurut Pawito (2007), metode penelitian kualitatif dapat menggambarkan bagaimana dan mengapa fenomena komunikasi terjadi.

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini yakni studi kasus (case study). Studi kasus sebagai metodologi, tipe maupun jenis penelitian, dan objek sebuah studi (Yin, 2011). Studi kasus merupakan pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk melakukan eksploratif secara terbatas, baik dalam satu kasus (a case) ataupun beberapa kasus (cases) (Creswell, 2007). Kemudian pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan secara mendalam melalui berbagai sumber, seperti: observasi, wawancara, dokumen, maupun laporan.

Merriam & Tisdell (2015) mendefinisikan studi kasus sebagai diskripsi dan analisis mendalam dari bounded system, sebuah system yang tidak bisa terlepas dari satu kasus dengan kasus yang lain Karena dalam studi kasus memunculkan adanya bagian-bagian system yang bekerja secara terintergratif dan berpola dengan yang lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Partai politik seringkali menggunakan politik identitas sebagai unsur ideologis dalam persaingan politik untuk mendapatkan dukungan masyarakat. Teun Pauwels dan Isabel Awad (2020) dalam artikel berjudul "Pengaruh identitas dan emosi terhadap preferensi partai" menemukan bahwa identitas pemilih berperan penting dalam menentukan dukungan terhadap partai politik. Pemilih cenderung memihak partai yang mengidentifikasi diri dengan kelompok tertentu dan mengangkat isu-isu yang relevan dengan kelompok tersebut.

Di sisi lain, Michel Hancard (1999) dalam bukunya *The Politics of Identity: Ethno-Nationalism and the State in Africa* menjelaskan bahwa partai politik dapat berperan dalam memperkuat identitas suatu kelompok tertentu. Hancard menemukan, misalnya, beberapa partai politik di Afrika telah mengadopsi politik identitas sebagai strategi untuk tetap berkuasa, dengan menggunakan identitas kelompok dalam kampanye mereka untuk menggalang dukungan kelompok.

Dalam artikelnya "Politik Identitas di Indonesia: Agama, Nasionalisme, Agama," Yeni Sri Lestari menjelaskan bahwa politik identitas dan politik identitas dibedakan secara jelas dalam ilmu politik. Identitas politik dipahami

sebagai suatu struktur yang menentukan posisi kepentingan individu dalam suatu komunitas politik, sedangkan politik identitas mengacu pada identitas (baik politik maupun sosial) yang menjadi dasar untuk mempengaruhi dukungan terhadap partai politik pengorganisasian.

Paul Sniderman dan Louise Cainkar (2012) mengambil pandangan berbeda, menekankan bahwa penggunaan identitas dalam politik tidak selalu memberikan efek yang diinginkan.

Mereka berargumentasi bahwa ketika partai politik terlalu menekankan identitas, hal tersebut dapat menimbulkan patriotisme dan kebanggaan etnis/agama, yang pada gilirannya dapat memperdalam perpecahan antara kelompok etnis dan agama. Akibatnya, partai politik menjadi lebih terfragmentasi dan kurang mampu mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi oleh berbagai komunitas.

Strategi kampanye Partai Ummat dalam pemilu 2024, Partai Ummat mengadopsi strategi kampanye yang sangat berfokus pada politik identitas. Mereka menggunakan narasi-narasi yang menguatkan identitas agama dan kebangsaan dalam kampanye mereka. Pesan-pesan yang disampaikan secara luas mengandalkan nilai-nilai moral agama dan nasionalisme, dengan menekankan bahwa partai ini merupakan pelindung dan pembela identitas keagamaan dan kebangsaan. Strategi kampanye tersebut terutama disampaikan melalui platform-platform media sosial yang sangat mempengaruhi pemilih muda dan rentang usia yang lebih luas. Selain itu, Partai Ummat juga menggunakan acara-acara publik, ceramah, dan pertemuan-pertemuan kecil sebagai bagian dari upaya mereka untuk memperkuat pesan-pesan politik identitas.

Penyikapan Partai Ummat terhadap Politik Identitas Partai Ummat mengadopsi pendekatan yang sangat positif terhadap politik identitas. Mereka melihat politik identitas sebagai alat untuk memperkuat dukungan basis pemilihnya, khususnya dari kalangan agama dan nasionalis. Meskipun mendapat kritik dari beberapa pihak yang menyatakan bahwa politik identitas dapat memecah belah masyarakat, Partai Ummat tetap percaya bahwa identitas agama dan kebangsaan adalah aset yang kuat dalam menggalang dukungan. Partai Ummat secara terbuka dan aktif menyuarakan keberpihakan mereka terhadap isu-isu yang berkaitan dengan agama dan kebangsaan, serta menegaskan bahwa partai ini merupakan wadah bagi mereka yang ingin melindungi dan memperkuat nilai-nilai tersebut di tingkat politik.

Meskipun politik identitas dalam kampanye sering menimbulkan kontroversi, ada juga pihak-pihak yang mendukungnya. Beberapa tokoh dan partai, seperti Dilansir (Sindonews.com, 25/2/2023) Mahfud MD dan Partai Ummat, melihat politik identitas sebagai alat yang sah dan penting untuk menyadarkan masyarakat, khususnya umat Islam, tentang pentingnya menjaga persatuan nasional. Anies Baswedan menekankan pentingnya menunjukkan kenyataan daripada sekadar pernyataan dalam penggunaan politik identitas. Partai Ummat, yang fokus pada identitas Islam, berpotensi menarik pemilih Muslim yang merasa kurang terwakili oleh partai-partai Islam lainnya, dan dianggap dapat memperjuangkan isu-isu Islam dengan lebih tegas.

Penggunaan politik identitas juga dilihat oleh beberapa kalangan sebagai upaya inklusif yang memberikan ruang bagi kelompok minoritas untuk mengekspresikan identitas mereka.

Sedangkan penggunaan politik identitas oleh Partai Ummat telah menimbulkan kontroversi dan kekhawatiran di kalangan politisi dan pengamat. Beberapa tokoh, seperti dilansir (Kompas, 19/2/2023) Sekretaris Jenderal PDI-P Hasto Kristiyanto, mengkritik strategi tersebut karena dianggap bertentangan dengan nilai-nilai fundamental bangsa Indonesia dan berpotensi memicu polarisasi serta konflik dalam masyarakat yang majemuk. Kritik ini didasarkan pada pengalaman negatif dari eksploitasi politik identitas dalam pemilu sebelumnya, yang masih menyisakan dampak hingga saat ini.

Dampak Penerapan Komunikasi Politik Partai Ummat penerapan strategi kampanye yang berbasis politik identitas oleh Partai Ummat memiliki dampak yang signifikan pada hasil pemilu 2024. Meskipun terjadi kontroversi dan polarisasi di kalangan masyarakat terkait dengan politik identitas, Partai Ummat berhasil meraih dukungan yang kuat dari basis pemilihnya, khususnya dari kalangan agama dan nasionalis. Namun, dampaknya tidak hanya terbatas pada kemenangan elektoral. Penggunaan politik identitas oleh Partai Ummat juga berdampak pada polarisasi politik yang lebih dalam, terutama antara kelompok-kelompok agama dan nasionalis dengan kelompok-kelompok lainnya. Hal ini mencerminkan tantangan besar bagi stabilitas sosial dan persatuan nasional di masa depan.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Penggunaan politik identitas oleh Partai Ummat dalam kampanye pemilu 2024 menimbulkan reaksi yang beragam dari berbagai pihak. Beberapa ahli, seperti Teun Pauwels dan Isabel Awad, menunjukkan bahwa identitas pemilih memainkan peran penting dalam menentukan dukungan terhadap partai politik. Politisi dan pengamat politik menganggap bahwa identitas kelompok sering digunakan untuk memperkuat dukungan dan memperkuat posisi partai dalam kontestasi politik. Michel Hancard mengamati bahwa partai politik di Afrika menggunakan politik identitas untuk mempertahankan kekuasaan dengan memperkuat identitas kelompok dalam kampanye mereka.

Yeni Sri Lestari membedakan antara identitas politik, yang berkaitan dengan posisi dalam komunitas politik, dan politik identitas, yang merupakan mekanisme pengorganisasian identitas untuk mempengaruhi dukungan. Paul Sniderman dan Louise Cainkar mengingatkan bahwa fokus yang berlebihan pada identitas bisa memicu polarisasi, konflik, dan diskriminasi, yang dapat memperdalam perpecahan dalam masyarakat.

Partai Ummat menggunakan politik identitas secara intensif dengan menekankan nilai-nilai agama dan nasionalisme dalam kampanye mereka, melalui media sosial, acara publik, dan ceramah. Meskipun strategi ini menarik dukungan dari pemilih yang merasa kurang terwakili oleh partai-partai Islam lainnya, juga menimbulkan kontroversi. Kritik muncul dari tokoh-tokoh seperti Hasto Kristiyanto dan Rahmat Bagja, yang khawatir bahwa politik identitas dapat merusak persatuan nasional dan memperburuk polarisasi sosial.

Meskipun ada dukungan untuk politik identitas sebagai cara untuk memperjuangkan nilai-nilai tertentu dan memberikan ruang bagi kelompok minoritas, dampaknya juga mencakup risiko untuk meningkatkan ketegangan antara kelompok-kelompok berbeda. Akhirnya, strategi politik identitas Partai Ummat menunjukkan kekuatan dalam memperoleh dukungan, tetapi juga menimbulkan tantangan besar untuk menjaga stabilitas sosial dan persatuan nasional di masa depan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kedua pembimbing saya prof. Andrik Purwasito dan Dr. Sudarmo sebagai pembimbing akademisi saya yang mana telah membantu pembuatan artikel urnal ini dan ucapan terimakasih kepada semua pihak teman dan kerabat yang sudah mendukung dan memberikan energi positif terutama Siti Fatimah. S.Sos yang sudah menemani saya dalam penyusunan jurnal ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah S., Ubed. (2002). *Politik Identitas: Pergulatan Tanda Tanpa Identitas*. Yayasan Indonesiatera. Magelang.
- Agus Sudibyo. (2001). *Politik Media dan Pertarungan Wacana*. Yogyakarta: LkiS
- Ahmad Syafii Ma'arif. (2012). *Politik Identitas dan Masa Depan Pluralisme Kita*. Democracy project, Jakarta.
- Asep Saiful Muhtadi. (2008). *Komunikasi politik Indonesia: Dinamika Islam Politik Pasca Orde Baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Blumler dan Gurevitch. (1982). *The Political Effects of Mass Communication*, dalam Michael
- Budiardjo, Miriam. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik edisi revisi*. Jakarta: Gramedia.
- Cressida Heyes. 2007. *Identity Politic* Stanford Encyclopedia of Philosophy. Amerika Serikat
- Dan Nimmo. (2005). *Komunikasi Politik. Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Dan Nimmo (2006). *Komunikasi Politik. Khalayak dan Efek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. 2001, *Analisis Wacana : Pengantar Analisis Teks Media*, LkiS Pelangi Aksara, Yogyakarta.
- Handoyo, Ekodkk. (2010). *Etika Politik dan Pembangunan*. Semarang: Widya Karya.
- Hikmat, Mahi M. 2010. *Komunikasi Politik Teori dan Praktik dalam Pilkada Langsung*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.
- Ritzer, Smart (2014). *Handbook TEORI SOSIAL*, cetakan ke IV, Nusamedia Jakarta

- Sardini, Nur Hidayat. (2011). Restorasi Penyelenggaraan Pemilu di Indonesia. Fajar Media Press. Yogyakarta.
- Sukamto, (2010). Politik Identitas (Suatu Kajian Awal dalam Kerangka dan interaksi “Lokalitas dan Globalisasi”). Jurnal Sejarah dan Budaya Vol.2 Universitas Malang.
- Subiakto, Henry dan Rachmah Ida. 2012. Komunikasi Politik, Media dan Demokrasi. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabet
- Sunarto. (2004). Paparan Kuliah Sistem Politik Indonesia. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Larry Diamond. (2003). Developing Democracy: Toward Consolidation, diterjemahkan oleh Tim IRE Yogyakarta IRE Press, Yogyakarta.
- Kraus, Sidney and Davis, Dennie. (1976). The Effects of Mass Communication on Political Behavior. Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press
- Gurevitch et. al (editors), Culture, Society and the Media. New York: Muthuen
- Lestari, Yeni Sri. (2018). Politik Identitas di Indonesia: Antara Nasionalisme dan Agama. Universitas Brawijaya: Journal Politics and Policy. Volume 1 No.1, Desember 2018.
- Pauwels, T & Awad, I. (2020). The Influence of Identity and Emotions on Political Party Preferences. Politics, Grups, and Identities.
- Pawito. (2007). Penelitian Komunikasi Kualitatif. LKIS Yogyakarta
- Yin, R. K. (2011). Studi Kasus Desain dan Metode. Rajagrafibdo Persada.
- Yin, R. K. (2017). Case study research and applications: Design and methods. SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2007). Qualitative Inquiry and Research Design 2nd Edition: Choosing Among Five Approach. Sage Publication Inc.
- Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2015). Qualitative research: A guide to design and implementation. John Wiley & Sons.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). Qualitative Data Analysis: A methods Sourcebook (Third Edition). Sage Publication, Inc
- Muhtadi, Asep Saeful. (2008). Komunikasi politik indonesia: Dinamika Islam Pasca-Orde Baru. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). Metodologi Penelitian Sosial. Media Sahabat Surabaya.
- Pujileksono, S. (2015). Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif.

Newspaper Article

- Maulana, irfan. (2023, Februari 25). Partai ummat kampanyekan politik identitas mahfud MD bilang begini.

<https://nasional.sindonews.com/read/1031915/12/partai-ummat-kampanyekan-politik-identitas-mahfud-md-bilang-begini-1677286978>

Santoso, B. & Mantalean, V. (2023, Februari 19). PDI-P: Partai Ummat Tak Paham Pembentukan Bangsa karena Usung Politik Identitas. <https://nasional.kompas.com/read/2023/02/19/18435381/pdi-p-partai-ummat-tak-paham-pembentukan-bangsa-karena-usung-politik>