

Politik Identitas Keagamaan Dalam Pemilu dan Pengaruhnya Teori José Casanova

Hilmia Dwi putri^{1*}, Salsabila Azzahra²

¹ Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, fakultas Ushuluddin adab dan dakwah, Universitas Islam Negeri Palangka Raya

Email: puputjamping23r@gmail.com

² Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Fakultas Ushuluddin adab dan dakwah, Universitas Islam Negeri Palangka Raya

Email: salsabilaazzahra2808@gmail.com.

Article history:

Diterima 1 Mei 2026

Direvisi 10 Mei 2026

Diterima 20 Mei 2026

Tersedia online 26 Mei 2026

Abstrak

Artikel ini membahas politik identitas keagamaan dalam pemilu Indonesia dan pengaruhnya terhadap perilaku memilih. Kajian ini berangkat dari kenyataan bahwa agama tidak hanya hadir sebagai keyakinan privat, tetapi juga tampil di ruang publik sebagai sumber legitimasi, mobilisasi, dan keberpihakan politik. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana politik identitas keagamaan bekerja dalam arena pemilu, bagaimana perspektif José Casanova menjelaskan gejala tersebut, dan bagaimana pengaruh serta dampaknya terhadap perilaku memilih. Penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan antara agama, ruang publik, dan orientasi memilih dalam konteks demokrasi elektoral Indonesia. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif berbasis studi kepustakaan dengan pendekatan sosiologi agama. Data dianalisis secara deskriptif-analitis melalui penelaahan jurnal, artikel ilmiah, dan dokumen pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa identitas keagamaan berperan dalam membentuk legitimasi kandidat, mengarahkan keberpihakan pemilih, dan meningkatkan partisipasi politik, tetapi juga memicu polarisasi sosial serta melemahkan pertimbangan rasional-programatik. Dengan perspektif José Casanova, gejala ini dipahami sebagai bentuk deprivatisasi agama di ruang publik demokratis.

Kata Kunci: politik identitas, agama publik, perilaku memilih, pemilu Indonesia

Abstract (Bahasa Inggris bisa dibantu oleh Editor JP-SA)

This article examines religious identity politics in Indonesian elections and its influence on voting behavior. The study is grounded in the fact that religion does not function merely as a private belief system, but also appears in the public sphere as a source of legitimacy, political mobilization, and electoral alignment. The research questions address how religious identity politics operates in elections, how José Casanova's perspective explains the phenomenon, and how it affects voting behavior. This study aims to analyze the relationship between religion, the public sphere, and electoral choice within Indonesia's democratic context. The research employs a qualitative library-based method using a sociology of religion approach. Data were analyzed descriptively and analytically through academic journals, scholarly writings, and supporting documents. The findings show that religious identity shapes candidate legitimacy, influences voter alignment, and increases political participation, yet also contributes to social polarization and weakens rational-programmatic considerations. From José Casanova's perspective, this phenomenon can be understood as a form of the deprivatization of religion in the democratic public sphere.

Keywords: identity politics, public religion, voting behavior, Indonesian elections.

PENDAHULUAN

Politik identitas keagamaan dalam pemilu tetap menjadi tema penting dalam kajian demokrasi Indonesia karena agama tidak pernah sepenuhnya surut dari ruang publik. Dalam konteks Indonesia, Bawaslu bahkan menempatkan politik identitas dan politisasi identitas sebagai isu strategis menjelang Pemilu 2024, sekaligus menegaskan bahwa pemanfaatan identitas untuk kepentingan politik tertentu berpotensi menghina, menghasut, dan memecah-belah masyarakat. Posisi ini menunjukkan bahwa

masalahnya bukan lagi sekadar ada atau tidak ada agama dalam politik, melainkan bagaimana identitas keagamaan diproduksi, diedarkan, dan dipakai untuk memengaruhi orientasi politik warga dalam arena elektoral modern (Badan Pengawas Pemilihan Umum (Bawaslu, 2023).

Urgensi tema ini makin terlihat jika diletakkan pada skala pemilu Indonesia yang sangat besar. KPU mencatat Daftar Pemilih Tetap Pemilu 2024 mencapai 204.807.222 orang, dan 58,38% di antaranya berasal dari kelompok pemilih muda (Indonesia, 2024), yakni Generasi Z dan milenial. Besarnya jumlah pemilih, ditambah dominasi generasi yang hidup dalam arus media digital, membuat narasi identitas keagamaan lebih mudah beredar, direproduksi, lalu diterjemahkan menjadi preferensi politik. Pada saat yang sama, Kementerian Agama melaporkan Indeks Kerukunan Umat Beragama tahun 2024 mencapai 76,47, naik dari 76,02 pada 2023. Kenaikan ini tentu positif, tetapi Kementerian Agama juga menegaskan bahwa tantangan intoleransi dan sikap keberagamaan yang belum moderat masih tetap ada. Artinya, pemilu berlangsung dalam situasi yang paradoks: kerukunan membaik, tetapi potensi mobilisasi identitas keagamaan tetap hidup di ruang publik (Umum, 2025)

Sejumlah penelitian Indonesia telah menunjukkan bahwa politik identitas keagamaan memang bukan gejala pinggiran. Yunus, Yasin, dan Rijal menegaskan bahwa meningkatnya politik identitas dan politisasi agama menjelang pemilu di Indonesia berkaitan dengan karakteristik kelompok seperti etnis, agama, dan suku, serta diperkuat oleh media sosial dalam satu dekade terakhir. Temuan ini penting karena memperlihatkan bahwa identitas keagamaan tidak bekerja sendiri, melainkan berkelindan dengan transformasi teknologi komunikasi yang mempercepat penyebaran simbol, sentimen, dan loyalitas komunal dalam pemilu (Yunus, 2023).

Kajian lain juga menunjukkan bahwa pengaruh tersebut sampai pada tingkat perilaku memilih. Ubaid dan Subandi, dalam studi tentang Pemilihan Wali Kota Medan 2020, menemukan bahwa model perilaku memilih yang dominan bersifat sosiologis dan salah satu faktor utamanya disumbang oleh preferensi agama. Mereka juga menilai bahwa narasi politik identitas dari Pilkada DKI Jakarta 2017, Pilkada Sumatera Utara 2018, dan Pilpres 2019 ikut memperkuat pertimbangan agama dalam pilihan politik warga Medan. Dengan kata lain, identitas keagamaan bekerja bukan hanya sebagai atribut simbolik, tetapi sebagai pertimbangan sosial yang nyata dalam pengambilan keputusan politik (Subandi, 2022).

Pada level yang lebih spesifik, penelitian Kurniawati menunjukkan bahwa tokoh agama berpengaruh signifikan terhadap perilaku memilih pemilih pemula, dengan kontribusi sebesar 7,1%. Sementara itu, penelitian (Jailani, 2025) pada Pilkada Kabupaten Probolinggo 2024 menunjukkan bahwa identitas agama kandidat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberpihakan pemilih; semakin kuat identitas keagamaan yang ditampilkan kandidat, semakin besar peluang kandidat memperoleh dukungan. Dua temuan ini memperlihatkan bahwa pengaruh agama dalam pemilu tidak hanya hadir pada ranah wacana, tetapi masuk langsung ke dalam mekanisme preferensi dan keberpihakan pemilih (Kurniawati, 2023).

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih bergerak pada dua arah utama. Arah pertama menekankan deskripsi tentang menguatnya politik identitas dan politisasi agama menjelang pemilu. Arah kedua menyoroti dampaknya terhadap perilaku memilih, keberpihakan pemilih, atau mitigasi demokratis. Celahnya terletak pada belum kuatnya penggunaan teori sosiologi agama, khususnya José Casanova, sebagai perangkat utama untuk menjelaskan mengapa agama tetap efektif hadir dalam demokrasi modern dan bagaimana kehadiran itu berubah menjadi kekuatan simbolik-politik dalam pemilu. Di titik inilah artikel ini menemukan ruangannya, sebab ia tidak hanya bertanya apakah identitas keagamaan memengaruhi pilihan politik, tetapi juga mengapa agama tetap memiliki daya elektoral yang kuat di ruang publik Indonesia yang modern dan demokratis (fajri, 2024)

Teori José Casanova dipilih karena menyediakan landasan yang tepat untuk membaca hubungan agama dan politik dalam masyarakat modern. Dalam pembacaan Casanova, agama tidak selalu

tersingkir ke ranah privat; dalam konteks tertentu, agama justru kembali tampil di ruang publik sebagai kekuatan moral, simbolik, dan sosial. Artikel Indonesia yang mengulas relevansi Casanova menegaskan bahwa dalam konteks Indonesia pandangan ini lebih sesuai, karena agama menyesuaikan diri dengan modernisasi dan kembali memainkan peran dalam ruang publik (Kurniawati, 2023). Pada saat yang sama, (Wahyuni, 2021) menekankan bahwa agama tidak harus disudutkan dari ruang publik, tetapi dominasi satu agama atau satu paham keagamaan harus dihindari agar ruang publik tidak berubah menjadi arena eksklusif dan kekerasan simbolik. Karena itu, teori Casanova bukan hanya relevan secara konseptual, tetapi juga berguna secara analitis untuk membaca politik identitas keagamaan dalam pemilu sebagai bentuk agama publik yang dapat bergerak antara partisipasi moral dan dominasi simbolik.

Berdasarkan titik pijak tersebut, research gap artikel ini terletak pada minimnya penelitian yang menghubungkan secara langsung politik identitas keagamaan dalam pemilu dengan teori agama publik José Casanova dalam konteks Indonesia mutakhir. Banyak studi telah membahas politik identitas, perilaku memilih, dan peran tokoh agama, tetapi belum banyak yang menjelaskan fenomena tersebut sebagai konsekuensi dari deprivatisasi agama di ruang publik demokratis. Dari sini, novelty artikel ini terletak pada upaya membaca pengaruh identitas keagamaan terhadap memilih bukan semata-mata sebagai gejala perilaku politik, melainkan sebagai manifestasi kembalinya agama ke ruang publik yang lalu bekerja melalui simbol, wacana moral, otoritas sosial, dan kedekatan identitas. Dengan kerangka itu, artikel ini diharapkan dapat memperluas studi pemilu Indonesia dari yang semula hanya menilai efek elektoral menuju pembacaan yang lebih sosiologis dan teoritis.

Dari uraian tersebut, urgensi judul ini terletak pada kebutuhan untuk memahami bagaimana demokrasi Indonesia menghadapi kehadiran agama yang tetap kuat di ruang publik, tanpa jatuh pada reduksi bahwa agama selalu menjadi ancaman, tetapi juga tanpa menutup mata terhadap risiko politisasi identitas. Bawaslu sendiri sampai menyusun modul khusus pengawasan politisasi SARA dan politik identitas sebagai pedoman teknis bagi pengawas pemilu, karena praktik tersebut dinilai sulit dibedakan dari sekadar pengenalan identitas, padahal dampaknya bisa mengganggu integritas pemilu. Dengan demikian, penelitian ini penting bukan hanya untuk pengembangan ilmu sosiologi agama dan politik, tetapi juga untuk memperkuat pendidikan politik publik, menjaga kualitas demokrasi, dan merawat kerukunan di tengah masyarakat yang majemuk (Bawaslu, 2023).

Atas dasar itu, rumusan masalah artikel ini dapat dinyatakan secara naratif sebagai berikut. Artikel ini berusaha menjelaskan bagaimana politik identitas keagamaan bekerja dalam pemilu Indonesia sebagai bentuk hadirnya agama di ruang publik, bagaimana teori José Casanova dapat digunakan untuk membaca proses tersebut, dan sejauh mana identitas keagamaan memengaruhi perilaku memilih masyarakat. Rumusan ini penting agar pembahasan tidak berhenti pada penilaian normatif bahwa politik identitas itu buruk atau berbahaya, melainkan sampai pada penjelasan sosiologis mengenai mekanisme sosial yang membuatnya efektif dalam kontestasi elektoral (Wahyuni, 2021).

Sejalan dengan rumusan tersebut, tujuan artikel ini adalah menganalisis politik identitas keagamaan dalam pemilu Indonesia melalui teori José Casanova, menjelaskan relevansi konsep agama publik untuk memahami masuknya agama ke arena demokrasi elektoral, serta mengkaji pengaruh identitas keagamaan terhadap memilih. Dengan demikian, artikel ini diharapkan dapat menunjukkan bahwa perilaku memilih dalam konteks masyarakat religius seperti Indonesia tidak selalu dapat dipahami hanya melalui pendekatan rasional atau psikologis, tetapi juga perlu dibaca melalui cara agama beroperasi di ruang publik sebagai sumber legitimasi, solidaritas, dan orientasi politik.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kepustakaan (*library research*) yang bersifat deskriptif-analitis. Pilihan ini digunakan karena objek yang dikaji bukan perilaku memilih yang diamati secara langsung di lapangan, melainkan gagasan, wacana, dan temuan ilmiah mengenai politik identitas keagamaan dalam pemilu. Dalam penelitian kepustakaan, data dihimpun dari sumber-sumber tertulis yang relevan, seperti buku, artikel jurnal, laporan, dan dokumen ilmiah, tanpa melakukan pengumpulan data lapangan secara langsung. Model ini juga tepat digunakan ketika penelitian diarahkan untuk membangun kerangka konseptual, membaca kecenderungan kajian terdahulu, dan merumuskan argumentasi teoritis secara sistematis. Penelitian kepustakaan, dalam pengertian yang lebih metodologis, memang ditujukan untuk mengumpulkan, menelaah, mengevaluasi, dan mengintegrasikan temuan dari berbagai sumber tertulis ke dalam satu bangunan analisis yang utuh.

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua. Data primer berupa literatur yang membahas konsep agama publik dan deprivatisasi agama dalam pemikiran José Casanova, sedangkan data sekunder berupa jurnal ilmiah berbahasa Indonesia terbitan 2020–2025 yang berkaitan dengan politik identitas, politisasi agama, perilaku memilih, dan relasi agama dengan ruang publik. Pemilihan teori José Casanova didasarkan pada kesesuaiannya untuk menjelaskan bahwa agama dalam masyarakat modern tidak selalu tersingkir ke ranah privat, tetapi dapat kembali tampil di ruang publik sebagai kekuatan sosial dan politik. Dengan demikian, teori ini relevan untuk membaca bagaimana identitas keagamaan hadir dalam arena pemilu dan memengaruhi orientasi memilih Masyarakat. Kerangka ini juga sejalan dengan pembacaan mutakhir yang menempatkan gagasan *public religions* Casanova sebagai alat analisis untuk memahami agama yang kembali berperan sebagai aktor publik dan politik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Politik Identitas Keagamaan dalam Pemilu Indonesia

Politik identitas keagamaan dalam arena pemilu Indonesia dapat dipahami sebagai penggunaan identitas agama, simbol keagamaan, afiliasi kelompok, dan sentimen moral-keagamaan untuk membangun dukungan politik serta membedakan kawan dan lawan dalam kontestasi elektoral. Dalam praktiknya, agama tidak hadir hanya sebagai keyakinan privat, melainkan tampil sebagai sumber legitimasi, bahasa kampanye, dan alat mobilisasi yang memengaruhi dinamika aliansi politik. Karena itu, politik identitas keagamaan tidak sekadar menunjuk pada keberadaan agama di ruang publik, tetapi pada proses ketika agama dijadikan penanda politik yang efektif untuk mengonsolidasikan dukungan pemilih (Yunus, 2023).

Dalam konteks Indonesia, gejala tersebut tampak semakin menonjol pada momentum-momentum pemilihan yang sarat persaingan simbolik. Politik identitas tidak lagi bergerak hanya pada tataran gagasan, melainkan masuk ke strategi praktis dengan menyerang identitas kandidat lain, membangun citra kelompok mayoritas, dan mengedepankan simbol-simbol agama untuk meraih simpati publik. Akibatnya, arena pemilu kerap bergeser dari persaingan programatik menuju pertarungan sentimen, sehingga kualitas diskursus demokrasi menjadi lebih rentan terhadap provokasi dan pembelahan sosial. Dalam pembacaan ini, identitas agama menjadi modal politik yang diproduksi secara sadar untuk menggerakkan afeksi pemilih, bukan sekadar cerminan spontan dari keberagaman masyarakat (fajri, 2024).

Penguatan politik identitas keagamaan juga tidak dapat dilepaskan dari transformasi arena komunikasi politik. Perkembangan media sosial membuat simbol, label, dan narasi keagamaan beredar jauh lebih cepat daripada argumen kebijakan. Dalam situasi seperti ini, pelabelan politik berbasis identitas agama menjadi mudah dikonsumsi dan diulang oleh publik. Kajian Hayat dan Nurhakki

menunjukkan bahwa istilah seperti *kadrun* mula-mula bekerja sebagai pelabelan politik atas identitas keagamaan kelompok tertentu yang diposisikan sebagai oposisi terhadap pemerintah, lalu penggunaannya di media sosial memperlebar polarisasi politik. Ini menandakan bahwa politik identitas keagamaan di pemilu Indonesia tidak hanya hidup di panggung kampanye formal, tetapi juga di ruang digital yang membentuk persepsi, emosi, dan antagonisme politik sehari-hari (Hayat & Nurhakki, 2022).

Dari sisi perilaku memilih, politik identitas keagamaan bekerja melalui mekanisme sosiologis yang cukup kuat. Studi Ubaid dan Subandi tentang Pemilihan Wali Kota Medan 2020 menunjukkan bahwa model perilaku memilih yang paling dominan adalah model sosiologis, yakni pilihan politik yang bertumpu pada preferensi agama, etnis, dan gender. Mereka juga menegaskan bahwa narasi politik identitas dari kontestasi sebelumnya ikut memperkuat pertimbangan agama dalam perilaku memilih. Temuan ini penting karena memperlihatkan bahwa dalam masyarakat multikultur, pilihan politik tidak selalu ditentukan terutama oleh evaluasi rasional atas program, melainkan sangat dipengaruhi oleh kedekatan identitas sosial yang dirasakan pemilih sebagai sesuatu yang aman, akrab, dan representatif bagi dirinya (Subandi, 2022).

Pada level lokal, pengaruh identitas agama bahkan dapat tampil lebih langsung dan terukur. Penelitian (Jailani, 2025) pada Pilkada Kabupaten Probolinggo 2024 menyimpulkan bahwa identitas agama kandidat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberpihakan pemilih. Semakin kuat identitas keagamaan yang ditampilkan kandidat, semakin besar peluang kandidat memperoleh dukungan. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam wilayah dengan tingkat religiusitas yang tinggi, agama tidak hanya menjadi latar budaya masyarakat, tetapi juga menjadi variabel elektoral yang nyata. Di titik ini, identitas keagamaan bekerja sebagai isyarat sosial yang memudahkan pemilih menilai kedekatan, kepercayaan, dan rasa keterwakilan terhadap kandidat.

Peran aktor-aktor keagamaan juga mempertegas bahwa arena pemilu Indonesia tidak netral dari pengaruh identitas agama. Studi Istianah dan Saehudin mengenai perilaku politik kiai di Kota Sukabumi menjelang Pemilu 2024 menunjukkan bahwa pilihan politik kiai sangat dipengaruhi oleh identitas calon, dan ekspresi politik mereka lebih didasarkan pada kesamaan identitas agama serta keyakinan daripada faktor kekerabatan dan kedaerahan. Hal ini berarti politik identitas keagamaan tidak hanya bekerja di tingkat pemilih awam, tetapi juga melalui figur otoritatif yang memiliki daya pengaruh sosial di masyarakat. Dalam konteks ini, tokoh agama dapat berfungsi sebagai mediator antara simbol keagamaan dan orientasi politik massa, sehingga pengaruh identitas menjadi lebih terstruktur dan lebih mudah diterjemahkan ke dalam pilihan elektoral (Istianah & Saehudin, 2023).

Meskipun demikian, politik identitas keagamaan dalam pemilu Indonesia tidak selalu harus dibaca secara tunggal sebagai sumber fragmentasi. Penelitian Mahyuddin dan Febry tentang Pilkada di Mamasa menunjukkan bahwa representasi identitas agama dalam kontestasi dapat pula berfungsi sebagai media resolusi konflik etnoreligius, selama masyarakat tidak terjebak pada politik identitas yang ekstrem dan justru membangun kesadaran politik yang moderat. Temuan ini memberi nuansa penting bahwa yang menjadi persoalan utama bukan semata hadirnya agama dalam pemilu, melainkan bagaimana agama diartikulasikan. Jika agama digunakan sebagai jembatan integrasi, ia dapat menopang reintegrasi sosial. Namun, jika ia dipakai untuk mengeras-kan batas “kita” dan “mereka”, maka arena pemilu mudah berubah menjadi ruang polarisasi. Dengan demikian, politik identitas keagamaan dalam pemilu Indonesia perlu dipahami sebagai gejala sosial yang ambivalen: ia dapat menjadi sumber solidaritas, tetapi juga dapat menjadi sumber pembelahan ketika dikelola secara eksklusif (Febry, 2023).

Secara keseluruhan, arena pemilu Indonesia memperlihatkan bahwa identitas keagamaan masih memiliki daya hidup yang kuat dalam membentuk preferensi politik, mengarahkan komunikasi kampanye, dan memengaruhi perilaku memilih. Kecenderungan ini menunjukkan bahwa demokrasi elektoral di Indonesia belum sepenuhnya bergerak pada kompetisi program dan kinerja, sebab kedekatan

identitas masih menjadi salah satu dasar penting dalam pembentukan dukungan. Oleh sebab itu, pembahasan tentang politik identitas keagamaan tidak cukup berhenti pada penilaian normatif, tetapi perlu diarahkan pada pemahaman yang lebih sosiologis mengenai bagaimana simbol agama, otoritas sosial, media digital, dan struktur masyarakat berinteraksi dalam membentuk pilihan politik warga.

Pokok Pemikiran José Casanova

Pokok pemikiran José Casanova berangkat dari kritik terhadap anggapan klasik bahwa modernitas dengan sendirinya akan menyingkirkan agama dari kehidupan sosial. Dalam pembacaan Casanova, teori sekularisasi tidak dapat dipahami secara sederhana sebagai hilangnya agama dari masyarakat modern. Ia justru menunjukkan bahwa modernitas tidak selalu berujung pada kemunduran agama, sebab dalam banyak konteks agama tetap bertahan, menyesuaikan diri, bahkan kembali memainkan peran penting dalam kehidupan publik. Karena itu, Casanova tidak menolak seluruh teori sekularisasi, tetapi menata ulang maknanya agar lebih sesuai dengan realitas sosial yang terus berubah (Wahyuni, 2021).

Salah satu inti terpenting dari pemikiran Casanova ialah perbedaan antara beberapa makna sekularisasi. Dalam pembacaan atas gagasannya, sekularisasi tidak identik hanya dengan menurunnya pengaruh agama. Ada dimensi diferensiasi, yaitu pemisahan relatif antara institusi agama dan institusi sosial lain; ada pula pemahaman sekularisasi sebagai kemunduran agama; dan ada pula sekularisasi sebagai privatisasi agama. Bagi Casanova, yang paling dapat dipertahankan secara analitis adalah diferensiasi, sedangkan kemunduran agama dan privatisasi agama tidak selalu terbukti secara universal. Dengan demikian, agama tidak otomatis lenyap hanya karena masyarakat mengalami modernisasi (Wahyuni, 2021).

Dari titik itu, Casanova mengemukakan gagasan tentang **deprivatisasi agama**, yaitu proses ketika agama yang semula diasumsikan terdorong ke ranah privat justru kembali tampil di ruang publik. Agama tidak lagi hanya menjadi urusan batin atau rumah tangga, tetapi hadir dalam perdebatan moral, budaya, sosial, dan politik. Dalam konteks Indonesia, pembacaan semacam ini dinilai lebih relevan karena agama tetap memiliki signifikansi yang kuat dalam urusan negara maupun kehidupan sosial masyarakat modern. Dengan kata lain, modernisasi di Indonesia tidak menghapus agama, melainkan mendorong agama bertransformasi dan terus bernegosiasi dengan perubahan zaman (Syaripulloh et al., 2025).

Pokok pemikiran Casanova berikutnya terletak pada konsep **agama publik**. Melalui konsep ini, agama dipahami sebagai aktor yang sah untuk hadir dalam ruang publik sepanjang kehadirannya tidak berubah menjadi dominasi tunggal yang menutup keberagaman. Agama dapat menyumbang etika, orientasi moral, kritik sosial, dan energi kolektif bagi kehidupan bersama. Akan tetapi, ruang publik tetap harus dijaga sebagai ruang bersama. Karena itu, Casanova tidak sedang mengusulkan negara agama, melainkan menunjukkan bahwa agama dapat berperan secara publik dalam masyarakat demokratis tanpa harus membatalkan pluralitas. Dalam tafsir yang berkembang di Indonesia, poin ini sangat penting karena kehadiran agama di ruang publik dapat menjadi kekayaan kultural, tetapi berisiko problematik apabila satu tafsir keagamaan mendominasi yang lain (Wahyuni, 2021).

Pemikiran Casanova juga membantu menjelaskan bahwa kembalinya agama ke ruang publik sering berjalan beriringan dengan globalisasi, media, dan budaya konsumsi. Dalam studi tentang tren halal di Indonesia, deprivatisasi agama dipahami sebagai proses ketika kesalehan tampil melalui simbol-simbol publik, lalu simbol itu dapat berubah menjadi penanda status, gaya hidup, bahkan komoditas ekonomi. Artinya, agama di ruang publik tidak selalu hadir dalam bentuk institusi besar atau gerakan politik formal, tetapi juga dalam bentuk label, citra, praktik konsumsi, dan simbol sosial yang mudah dikenali. Ini memperlihatkan bahwa bagi Casanova, agama publik bukan fenomena tunggal, melainkan hadir dalam berbagai bentuk ekspresi yang menyesuaikan struktur sosial zamannya (Pertiwi, 2023).

Pada era digital, relevansi Casanova justru semakin tampak. Media sosial telah menjadi arena baru bagi perdebatan keagamaan, pembentukan opini, dan ekspresi identitas religius. Penelitian tentang respons netizen terhadap isu hijab di Instagram menunjukkan bahwa platform digital kini berfungsi sebagai ruang publik tempat masyarakat memperdebatkan persoalan agama dan identitas personal secara terbuka. Temuan ini menguatkan pokok pemikiran Casanova bahwa agama tidak menghilang dalam modernitas, melainkan memasuki ruang-ruang baru yang sebelumnya tidak dibayangkan oleh teori sekularisasi klasik. Ruang publik kini tidak hanya berbentuk forum politik atau institusi sosial formal, tetapi juga ruang digital yang sangat cair dan sangat berpengaruh (Tauhida et al., 2024).

Dalam perkembangan yang lain, pemikiran Casanova juga dapat dibaca secara dialektis melalui gejala privatisasi baru di kalangan muda. Penelitian tentang kaum muda Muslim di era disrupsi memperlihatkan bahwa privatisasi agama justru muncul dalam bentuk eksklusivisme, partikularisme, dan primordialisme yang dipengaruhi oleh arus media sosial. Temuan ini penting karena menunjukkan bahwa agama tidak sekadar hadir atau absen dari ruang publik, melainkan terus bergerak antara privatisasi dan deprivatisasi. Di sinilah kekuatan teori Casanova: ia tidak membaca agama secara statis, tetapi sebagai kekuatan sosial yang terus berubah bentuk sesuai konteks sejarah, media, dan struktur masyarakat (Alauddin et al., 2022).

Secara keseluruhan, pokok pemikiran José Casanova dapat diringkas dalam tiga garis besar. Pertama, ia mengkritik pemahaman linear bahwa modernitas pasti menyebabkan agama mundur. Kedua, ia membedakan makna-makna sekularisasi dan menilai bahwa diferensiasi institusional lebih dapat dipertahankan daripada asumsi tentang hilangnya agama. Ketiga, ia menegaskan bahwa agama dapat kembali hadir di ruang publik sebagai aktor moral dan sosial yang aktif. Dengan kerangka ini, Casanova menjadi sangat relevan untuk membaca masyarakat religius seperti Indonesia, terutama ketika agama tampil dalam diskursus publik, budaya digital, mobilisasi identitas, dan praktik politik kontemporer (Fansuri, 2023).

Agama di Ruang Publik dalam Perspektif José Casanova

Dalam perspektif José Casanova, agama di ruang publik tidak dapat dipahami dengan kerangka lama yang menganggap modernitas pasti mendorong agama keluar dari kehidupan bersama. Casanova justru menunjukkan bahwa modernisasi tidak selalu berakhir pada melemahnya agama. Yang lebih tepat dibaca adalah bahwa agama mengalami perubahan cara hadir, cara berbicara, dan cara memengaruhi masyarakat. Karena itu, agama tidak otomatis lenyap dari ruang sosial, melainkan dapat tetap tampil sebagai sumber orientasi moral, energi kolektif, dan kritik sosial dalam masyarakat modern (Wahyuni, 2021).

Pokok penting dari pandangan ini terletak pada kritik Casanova terhadap pemahaman sekularisasi yang terlalu linear. Dalam pembacaan yang dikembangkan di literatur Indonesia, sekularisasi tidak harus dimaknai sebagai kemunduran agama secara total. Yang masih dapat dipertahankan ialah gagasan diferensiasi, yaitu pembedaan fungsi antara agama, negara, ekonomi, dan ranah sosial lain. Akan tetapi, pembedaan itu tidak harus berujung pada pengusiran agama dari ruang publik. Dengan kata lain, agama boleh tetap hadir di ruang publik selama kehadirannya tidak menghapus prinsip kebersamaan dan tidak memonopoli kehidupan bersama (Wahyuni, 2021).

Dari sinilah konsep deprivatisasi agama menjadi sentral. Deprivatisasi berarti agama yang semula diasumsikan dibatasi pada urusan pribadi justru kembali hadir dalam wilayah publik. Kehadiran itu dapat tampak dalam wacana moral, perdebatan sosial, media massa, hingga kebijakan publik. Dalam konteks Indonesia, bacaan semacam ini dinilai lebih relevan karena agama tetap berperan dalam kehidupan negara dan masyarakat. Syaripulloh, Alfarauq, dan Mujtaba menegaskan bahwa rasionalisasi modern tidak menyingkirkan agama di Indonesia; sebaliknya, agama tetap hadir sebagai cara pandang

sosial dan kembali memainkan peran dalam ruang publik. Mereka juga menunjukkan bahwa dalam kasus politik identitas, deprivatisasi tampak ketika agama yang semula didorong ke ranah privat justru dipakai sebagai alat mobilisasi massa dan penegasan kebenaran kelompok di ranah publik (Syaripulloh et al., 2025).

Namun, Casanova tidak sedang membela dominasi agama atas ruang publik. Justru di titik ini pemikirannya sering disalahpahami. Agama di ruang publik, dalam kerangka Casanova, harus ditempatkan dalam ruang bersama yang terbuka bagi beragam identitas. Ruang publik bukan milik satu agama atau satu tafsir keagamaan, melainkan arena kesetaraan warga. Karena itu, kehadiran agama hanya akan konstruktif bila ia menyumbang nilai, etika, dan tanggung jawab sosial tanpa berubah menjadi kekuatan yang menutup perbedaan. Pembacaan Dwi Wahyuni atas Casanova menegaskan bahwa yang harus dihindari ialah dominasi satu agama atau satu paham keagamaan dalam ruang publik, sebab dominasi semacam itu justru berpotensi mengembalikan masyarakat pada konflik dan kekerasan simbolik (Wahyuni, 2021).

Dalam perkembangan mutakhir, ruang publik yang dimaksud Casanova tidak lagi terbatas pada institusi formal seperti parlemen, negara, atau organisasi sosial, tetapi juga meluas ke media dan ruang digital. Kajian Muttaqin, Hikmawati, Na'imah, dan Wedi memperlihatkan bahwa representasi agama di media massa menunjukkan gejala deprivatisasi, sebab agama tidak hanya hadir sebagai urusan pribadi, tetapi sengaja dimunculkan dalam simbol, wacana, dan praktik sosial yang bisa dikonsumsi publik secara luas. Bahkan, mereka mencontohkan bahwa dalam pembacaan Casanova agama dapat berpengaruh besar terhadap proses politik, pilihan kandidat, dan arah kebijakan umum. Hal ini menunjukkan bahwa agama di ruang publik hari ini harus dibaca sebagai fenomena komunikasi sekaligus fenomena kekuasaan (Muttaqin et al., 2024).

Perluasan ruang publik itu makin terlihat pada media sosial. Penelitian Tauhida, Busro, dan Supriyadi menunjukkan bahwa Instagram dapat menjadi arena penting bagi debat publik mengenai isu-isu sosial-keagamaan. Respons netizen terhadap isu hijab memperlihatkan bahwa persoalan yang tampak personal ternyata segera berubah menjadi perdebatan publik tentang kewajiban agama, moralitas, keteladanan, dan identitas. Dalam kacamata Casanova, gejala ini menegaskan bahwa agama tidak sedang mundur ke wilayah privat, tetapi terus dinegosiasikan di ruang publik baru yang lebih cair, cepat, dan partisipatif. Dengan demikian, ruang publik digital telah menjadi salah satu lokasi utama tempat agama hadir, diperdebatkan, dipertahankan, bahkan diperebutkan maknanya (Tauhida et al., 2024).

Pada saat yang sama, dinamika ruang publik keagamaan juga memperlihatkan sisi tegang antara deprivatisasi dan privatisasi. Alauddin, Safitri, dan Jubba menemukan bahwa di kalangan muda Muslim pada era disrupsi, privatisasi agama justru dapat muncul dalam bentuk eksklusivisme, partikularisme, dan primordialisme yang dipengaruhi arus media sosial. Temuan ini penting karena menunjukkan bahwa agama di era modern tidak bergerak dalam satu arah tunggal. Di satu sisi, agama hadir semakin terbuka di ruang publik; di sisi lain, ia juga dapat dipersempit menjadi identitas yang kaku dan eksklusif pada tingkat individu atau kelompok. Karena itu, perspektif Casanova menjadi penting bukan hanya untuk menjelaskan hadirnya agama di ruang publik, tetapi juga untuk menilai apakah kehadiran itu bersifat inklusif atau justru mengeras menjadi batas sosial yang memecah masyarakat (Alauddin et al., 2022).

Dengan demikian, agama di ruang publik dalam perspektif José Casanova dapat dipahami sebagai kehadiran agama yang tetap aktif dalam masyarakat modern, bukan sebagai sisa tradisional yang sedang menunggu hilang. Agama tetap relevan karena mampu memberi bahasa moral, kerangka makna, dan orientasi kolektif bagi warga. Akan tetapi, relevansi itu harus diletakkan dalam prinsip diferensiasi dan kesetaraan ruang publik. Dalam konteks Indonesia, perspektif ini sangat berguna karena mampu menjelaskan mengapa agama terus hadir dalam media, politik, budaya digital, dan diskursus sosial, tanpa harus jatuh pada anggapan bahwa modernitas pasti menyingkirkan agama.

Bentuk-Bentuk Deprivatisasi Agama dalam Pemilu

Deprivatisasi agama menunjuk pada proses ketika agama tidak lagi dibatasi sebagai urusan privat, melainkan tampil kembali di ruang publik sebagai sumber nilai, identitas, dan orientasi tindakan kolektif. Jika gagasan ini dibawa ke arena pemilu, maka agama tidak berhenti sebagai keyakinan personal para pemilih, tetapi berubah menjadi bahasa publik yang ikut membentuk komunikasi politik, legitimasi kandidat, serta arah dukungan masyarakat. Dengan demikian, bentuk-bentuk deprivatisasi agama dalam pemilu dapat dipahami sebagai berbagai cara kehadiran agama dimunculkan, dipertukarkan, dan dimanfaatkan dalam kontestasi demokratis untuk memengaruhi perilaku politik warga (Wahyuni, 2021).

Bentuk pertama tampak pada penggunaan agama sebagai bahasa legitimasi politik. Dalam praktik pemilu, identitas keagamaan sering dihadirkan bukan sekadar untuk menunjukkan latar sosial kandidat, tetapi untuk membangun kesan moral bahwa kandidat tertentu lebih dekat dengan nilai-nilai religius yang dianggap baik, pantas, dan layak didukung. Pada titik ini, agama berfungsi sebagai perangkat legitimasi di ruang publik karena citra keagamaan dipakai untuk memperkuat penerimaan sosial terhadap kandidat maupun koalisi politik tertentu. Penelitian tentang politik identitas dan politisasi agama dalam konteks pemilu di Indonesia menunjukkan bahwa identitas agama menjadi salah satu unsur penting dalam pembentukan aliansi politik dan dalam memengaruhi cara pemilih memandang calon dan partai politik. Itu berarti, agama telah melampaui wilayah privat dan bekerja sebagai bahasa legitimasi yang dapat mengarahkan preferensi elektoral. (Yunus et al., 2023).

Bentuk kedua terlihat pada menonjolkan simbol dan citra kesalehan kandidat di ruang publik. Deprivatisasi agama dalam pemilu tidak selalu hadir dalam bentuk perdebatan teologis yang terbuka, tetapi kerap muncul melalui simbol yang mudah dikenali, seperti kedekatan kandidat dengan komunitas keagamaan, penampilan religius, penggunaan istilah keagamaan, atau penegasan afiliasi moral tertentu. Dalam kerangka Casanova, simbol-simbol ini penting karena agama di ruang publik sering bekerja melalui representasi yang dapat segera dibaca oleh masyarakat. Studi tentang pengaruh identitas agama terhadap keberpihakan pemilih pada Pilkada Kabupaten Probolinggo 2024 menunjukkan bahwa identitas agama kandidat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberpihakan pemilih. Temuan ini menandakan bahwa citra keagamaan bukan unsur tambahan yang netral, melainkan salah satu bentuk nyata hadirnya agama di arena elektoral. (Jailani et al., 2025).

Bentuk ketiga tampak pada masuknya tokoh agama ke dalam proses orientasi politik dan pembentukan pilihan pemilih. Dalam banyak kasus, agama menjadi publik bukan hanya karena simbolnya beredar luas, tetapi karena otoritas keagamaan ikut berperan dalam mengarahkan tafsir politik masyarakat. Di sinilah deprivatisasi agama memperoleh daya sosial yang lebih kuat, sebab suara tokoh agama dapat menjadi jembatan antara keyakinan religius dan keputusan politik massa. Penelitian mengenai politik identitas dan perilaku politik kiai di Kota Sukabumi menjelang Pemilu 2024 menunjukkan bahwa perilaku politik kiai dipengaruhi oleh politik identitas dan ikut membentuk perilaku politik dalam pemilu. Temuan ini memperlihatkan bahwa arena pemilu menjadi ruang tempat otoritas agama ikut hadir dan bekerja secara publik, bukan sekadar berada di wilayah pembinaan keagamaan internal. (Istianah & Saehudin, 2023).

Bentuk keempat hadir dalam mobilisasi sentimen keagamaan melalui media dan ruang digital. Dalam masyarakat modern, ruang publik yang dibahas Casanova tidak lagi terbatas pada mimbar, organisasi, atau forum tatap muka, tetapi juga meluas ke media massa dan media sosial. Karena itu, deprivatisasi agama dalam pemilu kini tampak dari cepatnya penyebaran label, narasi, dan pembelahan identitas berbasis agama di ruang digital. Penelitian tentang representasi agama di media massa menunjukkan bahwa agama tetap tampil kuat dalam ruang publik modern, sementara kajian tentang

politik identitas menjelang pemilu menegaskan bahwa media sosial telah mempercepat perluasan pengaruh identitas agama dalam kehidupan politik Indonesia. Dalam konteks ini, ruang digital menjadi arena penting tempat agama dipublikasikan, diperdebatkan, dan diinstrumentalisasi untuk kepentingan elektoral. (Muttaqin et al., 2024).

Bentuk kelima dapat dilihat pada berubahnya identitas keagamaan menjadi dasar keberpihakan dan perilaku memilih. Ketika agama sudah hadir secara terbuka dalam komunikasi pemilu, konsekuensi berikutnya ialah agama tidak lagi hanya menjadi latar budaya masyarakat, tetapi menjadi salah satu pertimbangan langsung dalam menentukan pilihan politik. Studi tentang perilaku memilih dalam masyarakat multikultur pada Pemilihan Wali Kota Medan 2020 menunjukkan bahwa model perilaku memilih yang dominan ialah model sosiologis, dengan faktor agama, etnis, dan gender sebagai penopang utamanya. Temuan ini penting karena memperlihatkan bahwa deprivatisasi agama tidak berhenti pada produksi simbol dan wacana, tetapi berujung pada perubahan orientasi memilih. Identitas keagamaan, dengan demikian, bekerja sebagai dasar kedekatan sosial yang memengaruhi keputusan elektoral warga. (Ubaid & Subandi, 2022).

Bentuk keenam, yang juga penting, ialah pergeseran agama dari sumber etika publik menjadi alat delimitasi sosial dalam pemilu. Dalam kerangka normatif Casanova, agama publik seharusnya dapat memberi kontribusi moral bagi kehidupan bersama. Namun, dalam praktik politik identitas, agama sering bergerak lebih jauh menjadi alat untuk menegaskan batas antara kelompok sendiri dan kelompok lain. Ketika hal itu terjadi, deprivatisasi agama tidak lagi hanya berarti kembalinya agama ke ruang publik, tetapi juga berubah menjadi penguatan eksklusivisme di ruang demokrasi. Kajian mengenai dominasi politik identitas menjelang Pemilu 2024 menunjukkan bahwa politisasi identitas dalam kontestasi Indonesia berpotensi menurunkan kualitas demokrasi karena perdebatan publik mudah bergeser dari program menuju sentimen identitas. Ini berarti bahwa salah satu bentuk deprivatisasi agama dalam pemilu adalah perubahan agama dari bahasa etika bersama menjadi perangkat pembeda sosial yang tajam. (Fajri, 2024).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa bentuk-bentuk deprivatisasi agama dalam pemilu setidaknya muncul melalui legitimasi politik berbasis agama, simbolisasi kesalehan kandidat, keterlibatan tokoh agama, mobilisasi digital atas sentimen keagamaan, pembentukan keberpihakan memilih, dan penegasan batas sosial antarkelompok. Dalam perspektif José Casanova, seluruh bentuk ini menunjukkan bahwa agama dalam masyarakat modern tidak tersingkir dari ruang publik, melainkan tetap hidup dan aktif dalam medan demokrasi. Persoalan utamanya bukan terletak pada hadir atau tidak hadirnya agama, melainkan pada bagaimana agama itu diartikulasikan: apakah sebagai sumber etika publik yang inklusif, atau justru sebagai instrumen identitas yang memperkeras polarisasi dalam pemilu. Pembacaan ini juga sejalan dengan kajian Indonesia yang menilai bahwa agama tetap berperan kuat di ruang publik modern, termasuk ketika ia berkelindan dengan identitas politik dan dinamika elektoral. (Syaripulloh et al., 2025).

Pengaruh dan Dampak Politik Identitas Keagamaan terhadap Perilaku Memilih

Politik identitas keagamaan memengaruhi perilaku memilih ketika agama tidak lagi berada pada ranah keyakinan personal semata, tetapi tampil sebagai penanda sosial yang dipakai pemilih untuk menilai kedekatan, kelayakan, dan keterwakilan kandidat. Dalam keadaan seperti ini, perilaku memilih cenderung bergeser dari pertimbangan program, kapasitas, dan rekam jejak menuju pertimbangan identitas. Pemilih lebih mudah memberikan dukungan kepada kandidat yang dianggap seiman, dekat dengan simbol religius, atau memperoleh legitimasi dari figur agama yang dihormati. Karena itu, pengaruh politik identitas keagamaan tidak berhenti pada pembentukan opini, melainkan masuk ke dalam proses pengambilan keputusan politik warga (Ubaid & Subandi, 2022).

Pengaruh tersebut menjadi kuat karena tokoh agama memiliki otoritas moral yang diakui masyarakat. Erawati dan Adibah menjelaskan bahwa figur agama di Indonesia dipandang sebagai panutan yang dihormati, memiliki otoritas, dan berpotensi menjadi sumber legitimasi dalam berbagai persoalan sosial maupun politik. Mereka juga menegaskan bahwa figur agama kerap dijadikan sasaran aktor politik dalam membangun basis dukungan dan dipandang berperan penting dalam meningkatkan partisipasi publik dalam penggunaan hak pilih. Dengan demikian, perilaku memilih tidak terbentuk secara individual semata, tetapi juga dipengaruhi oleh jaringan otoritas keagamaan yang hidup di tengah masyarakat (Erawati & Adibah, 2024).

Pengaruh itu menjadi lebih konkret ketika tokoh agama hadir sebagai agen sosialisasi politik. Erawati dan Harmain menunjukkan bahwa pada Pilkada Kalimantan Tengah 2020, peran tokoh agama memberi motivasi kepada warga untuk datang memilih pada waktu yang telah ditentukan. Penelitian tersebut juga menemukan bahwa masyarakat Kalimantan Tengah sangat patuh kepada tokoh agama dan tokoh adat, sehingga pesan keagamaan yang disampaikan dalam ceramah atau pertemuan sosial dapat berubah menjadi dorongan partisipasi politik yang nyata. Bahkan, beberapa tokoh agama yang diwawancarai menyatakan bahwa pesan keagamaan mereka selalu dikaitkan dengan pentingnya berpartisipasi dalam program pemerintah, termasuk pemilihan kepala daerah serentak. Temuan ini menunjukkan bahwa identitas keagamaan tidak hanya membentuk preferensi, tetapi juga memobilisasi perilaku memilih secara langsung (Erawati & Harmain, 2024).

Jika dibaca lebih jauh, pengaruh politik identitas keagamaan bekerja melalui dua jalur utama. Pertama, jalur legitimasi, yaitu ketika kandidat memperoleh nilai tambah karena diasosiasikan dengan agama tertentu atau didukung figur agama yang memiliki pengaruh sosial. Kedua, jalur mobilisasi, yaitu ketika pesan agama dipakai untuk mendorong masyarakat hadir di TPS, menjaga loyalitas kelompok, dan mengarahkan pilihan politik. Dalam penelitian Jailani, Astuti, dan Devi, identitas agama kandidat terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberpihakan pemilih. Artinya, agama berfungsi sebagai kode sosial yang membantu pemilih menentukan siapa yang dianggap dekat, aman, dan layak didukung (Jailani et al., 2025).

Namun, pengaruh politik identitas keagamaan terhadap perilaku memilih tidak selalu diikuti oleh kedalaman literasi politik. Temuan Erawati dan Adibah memperlihatkan bahwa fungsi figur agama dalam ranah politik belum sepenuhnya berjalan optimal, karena banyak tokoh agama masih lebih dominan berbicara pada isu ibadah personal, keluarga, dan praktik keagamaan sehari-hari, sementara pembahasan politik hanya muncul pada waktu-waktu tertentu dan relatif jarang disampaikan. Hal ini menunjukkan bahwa figur agama memang mampu memengaruhi pemilih, tetapi pengaruh tersebut belum tentu dibarengi oleh pendidikan politik yang memadai. Akibatnya, perilaku memilih dapat lebih mudah dibentuk oleh loyalitas simbolik daripada oleh pemahaman kritis atas visi, program, dan kualitas kepemimpinan kandidat (Erawati & Adibah, 2024).

Dampak pertama dari situasi tersebut adalah menguatnya pola perilaku memilih yang bersifat sosiologis. Ubaid dan Subandi menunjukkan bahwa dalam masyarakat multikultur, pertimbangan agama, etnis, dan gender menjadi faktor dominan dalam perilaku memilih. Ketika politik identitas keagamaan menguat, pemilih cenderung menempatkan kesamaan identitas di atas evaluasi rasional-programatik. Pilihan politik lalu dibangun atas rasa kedekatan komunal, bukan terutama atas kompetensi calon. Dalam jangka pendek, pola ini memang efektif untuk mengonsolidasikan suara, tetapi dalam jangka panjang ia berisiko menurunkan kualitas demokrasi karena kontestasi berubah menjadi persaingan simbol identitas (Ubaid & Subandi, 2022).

Dampak kedua adalah meningkatnya partisipasi politik, tetapi dengan kualitas partisipasi yang belum tentu semakin reflektif. Erawati dan Harmain mencatat bahwa partisipasi pemilih pada Pilkada Kalimantan Tengah 2020 mencapai 61,95%, lebih tinggi dibandingkan 52,30% pada 2016. Kenaikan

ini tidak dapat dilepaskan dari sosialisasi yang melibatkan tokoh agama dan tokoh adat. Fakta tersebut penting karena menunjukkan bahwa pendekatan keagamaan memang dapat meningkatkan kehadiran pemilih. Akan tetapi, jika partisipasi itu terutama dibangun melalui ketaatan kepada figur dan kedekatan identitas, maka demokrasi berisiko bergerak pada tingkat partisipasi yang tinggi tetapi belum sepenuhnya disertai pertimbangan substantif yang matang (Erawati & Harmain, 2024).

Dampak ketiga adalah polarisasi sosial. Politik identitas keagamaan cenderung membelah ruang publik ke dalam kategori “kita” dan “mereka”. Yunus, Yasin, dan Rijal menegaskan bahwa politik identitas dan politisasi agama dalam pemilu berpotensi memicu polarisasi dan konflik sosial. Ketika agama dijadikan alat pembeda politik, lawan tidak lagi dilihat sekadar sebagai pesaing demokratis, tetapi sebagai pihak yang berbeda secara moral dan komunal. Dalam keadaan seperti ini, perilaku memilih tidak lagi menjadi ekspresi preferensi politik yang sehat, melainkan dapat berubah menjadi penegasan batas sosial antarkelompok (Yunus et al., 2023).

Dampak keempat adalah melemahnya rasionalitas pemilih, terutama di ruang digital. Harsono menunjukkan bahwa politik identitas berpengaruh signifikan terhadap partisipasi politik kontra pada Generasi Z di media sosial. Hal ini memperlihatkan bahwa perilaku memilih dewasa ini dibentuk jauh sebelum pemilih hadir di TPS, yakni melalui arus narasi, pelabelan, dan mobilisasi sentimen di ruang digital. Jika identitas keagamaan terus diproduksi sebagai alat pembelahan, maka pemilih akan lebih mudah diarahkan oleh emosi kolektif daripada oleh penalaran demokratis yang tenang (Harsono, 2023).

Dengan demikian, pengaruh politik identitas keagamaan terhadap perilaku memilih tampak pada menguatnya legitimasi kandidat berbasis agama, besarnya peran tokoh agama dalam mobilisasi pemilih, serta dominannya pertimbangan kedekatan identitas dalam keputusan elektoral. Adapun dampaknya terlihat pada naiknya partisipasi politik, tetapi sekaligus pada potensi rendahnya kualitas literasi politik, menguatnya polarisasi sosial, dan melemahnya pertimbangan rasional dalam demokrasi. Dua jurnal yang Anda unggah menegaskan bahwa figur agama memang memiliki daya pengaruh besar dalam membentuk orientasi politik masyarakat, tetapi pengaruh itu tetap perlu diimbangi dengan pendidikan politik yang lebih substantif agar agama di ruang publik tidak berhenti sebagai alat mobilisasi, melainkan juga menjadi sumber etika demokrasi yang matang

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa politik identitas keagamaan dalam pemilu Indonesia merupakan gejala nyata hadirnya agama di ruang publik, bukan sekadar ekspresi keyakinan privat. Identitas keagamaan dipakai sebagai sumber legitimasi, penanda kedekatan sosial, dan alat mobilisasi dukungan dalam kontestasi elektoral. Dalam praktiknya, agama hadir melalui simbol kandidat, otoritas tokoh agama, bahasa moral, serta jaringan sosial keagamaan yang memengaruhi cara masyarakat memahami dan menilai pilihan politik. Dengan demikian, politik identitas keagamaan di arena pemilu menunjukkan bahwa agama tetap memiliki daya hidup yang kuat dalam demokrasi Indonesia modern.

Dalam perspektif José Casanova, gejala tersebut dapat dibaca sebagai bentuk deprivatisasi agama, yaitu proses ketika agama keluar dari batas privat dan kembali berperan dalam ruang publik. Kerangka ini relevan untuk menjelaskan bahwa keterlibatan agama dalam pemilu bukan penyimpangan yang berdiri sendiri, melainkan bagian dari dinamika masyarakat modern yang tetap memberi ruang pada agama sebagai sumber orientasi moral dan sosial. Namun, temuan yang telah dibahas juga menunjukkan bahwa kehadiran agama di ruang publik belum selalu disertai pendidikan politik yang memadai. Figur agama memang memiliki pengaruh besar dan sering menjadi sumber legitimasi publik, tetapi fungsi mereka dalam membangun literasi politik substantif masih belum sepenuhnya optimal.

Adapun terhadap perilaku memilih, politik identitas keagamaan terbukti mendorong pemilih untuk lebih menekankan pertimbangan kedekatan identitas daripada evaluasi rasional atas program dan kapasitas kandidat. Pengaruh ini tampak dalam menguatnya peran tokoh agama, meningkatnya partisipasi politik melalui pendekatan keagamaan, dan terbentuknya keberpihakan pemilih kepada kandidat yang dianggap dekat secara religius. Di sisi lain, dampaknya juga tidak dapat diabaikan, yakni munculnya polarisasi sosial, menguatnya loyalitas simbolik, dan berkurangnya kualitas pertimbangan demokratis dalam menentukan pilihan. Meski demikian, pendekatan keagamaan juga dapat meningkatkan partisipasi politik masyarakat secara nyata, sebagaimana terlihat dalam temuan tentang Pilkada Kalimantan Tengah 2020 yang menunjukkan bahwa sosialisasi melalui tokoh agama dan tokoh adat ikut mendorong keterlibatan pemilih. Karena itu, persoalan utamanya bukan terletak pada hadirnya agama di ruang publik, melainkan pada bagaimana agama itu digunakan: apakah sebagai sumber etika demokrasi yang inklusif, atau sebagai instrumen identitas yang memperdalam pembelahan politik.

SARAN

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah memperluas objek kajian agar tidak hanya bertumpu pada telaah kepustakaan dan beberapa kasus tertentu, tetapi juga melibatkan penelitian lapangan pada beragam wilayah, kelompok pemilih, serta momentum pemilu yang berbeda, sehingga pengaruh politik identitas keagamaan dapat dilihat secara lebih komprehensif dan kontekstual. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan pada dominannya pendekatan teoritis dan penggunaan sumber sekunder, sehingga belum sepenuhnya menangkap pengalaman langsung pemilih, peran aktor agama di tingkat akar rumput, serta dinamika media digital yang berubah sangat cepat. Oleh karena itu, penelitian berikutnya perlu mengombinasikan pendekatan sosiologi agama dengan wawancara mendalam, observasi lapangan, dan analisis media sosial agar dapat menjelaskan secara lebih utuh bagaimana identitas keagamaan dibentuk, disebarkan, dan memengaruhi perilaku memilih, sekaligus menilai dampaknya terhadap kualitas demokrasi secara lebih empiris.

DAFTAR PUSTAKA

- Alauddin, A., Safitri, L. Y., & Jubba, H. (2022). Privatisasi agama di kalangan muda Muslim pada era disrupsi. *Dialektika: Jurnal Pemikiran Islam dan Ilmu Sosial*, 15(2), 15–26. <https://doi.org/10.33477/da.v15i2.4029>.
- Erawati, D., & Adibah, S. (2024). *The functioning of religious figures in the political sphere: Ahead of the 2024 elections*. *KnE Social Sciences*, 184–190. <https://doi.org/10.18502/kss.v9i6.15266>.
- Erawati, D., & Harmain. (2024). Public animo in the 2020 gubernatorial election in Central Kalimantan during the Covid-19 pandemic era: Religious and cultural approaches. *Millah: Journal of Religious Studies*, 23(2), 743–768. <https://doi.org/10.20885/millah.vol23.iss2.art8>.
- Fajri, P. C. (2024). Dominasi politik identitas dalam kontestasi politik Indonesia dan mitigasinya jelang Pemilu 2024. *POLITEIA: Jurnal Ilmu Politik*, 16(2), 66–73.
- Fansuri, H. (2023). Gerakan hijrah dan kontestasi ruang publik Indonesia. *MAARIF*, 17(2), 11–30. <https://doi.org/10.47651/mrf.v17i2.191>.

- Harsono, H. (2023). Politik identitas dan partisipasi politik di media sosial: Analisis model struktural pada Generasi Z di Kota Malang. *Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia*, 4(2), 166–187. <https://doi.org/10.46874/tkp.v4i2.752>.
- Hayat, N., & Nurhakki. (2022). Religion identity and political polarization: How does labeling make it worst? *Palita: Journal of Social Religion Research*, 7(1), 51–66. <https://doi.org/10.24256/pal.v7i1.2715>.
- Istianah, R., & Saehudin. (2023). Politik identitas dan perilaku politik kiai di Kota Sukabumi menjelang Pemilihan Umum 2024. *Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia*, 4(2), 233–250. <https://doi.org/10.46874/tkp.v4i2.876>.
- Jailani, A., Astuti, V. S., & Devi, N. U. K. (2025). Pengaruh identitas agama terhadap keberpihakan pemilih pada kandidat Bupati Kabupaten Probolinggo tahun 2024. *JUPEIS: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 4(3), 331–337. <https://doi.org/10.57218/jupeis.Vol4.Iss3.1743>.
- Mahyuddin, M., & Febry, M. Z. (2023). Representasi identitas agama dalam pilkada sebagai media resolusi konflik etnoreligius di Mamasa. *Palita: Journal of Social Religion Research*, 8(1), 109–124. <https://doi.org/10.24256/pal.v8i1.3587>.
- Muttaqin, Z., Hikmawati, A., Na'imah, E., & Wedi, A. (2024). Kegagalan sekulerisme: Solopos dan representasi agama di media massa. *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 4(2), 177–196. <https://doi.org/10.22515/ajdc.v4i2.9036>.
- Pertiwi, D. (2023). Dinamika globalisasi: Deprivatisasi agama dan komodifikasi tren halal. *Jurnal Sosiologi USK: Media Pemikiran & Aplikasi*, 17(2), 35–54. <https://doi.org/10.24815/jsu.v17i2.34644>.
- Syaripulloh, Alfarauq, F. A., & Muftaba, S. T. (2025). Dinamika eksistensi agama pada ruang publik era globalisasi di Indonesia. *PANALUNGTIK*, 8(2), 119–128. <https://doi.org/10.55981/panalungtik.2025.14347>.
- Tauhida, D., Busro, B., & Supriyadi, Y. (2024). Media sosial sebagai arena diskusi keberagamaan: Analisis komentar netizen tentang hijab di Instagram. *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan*, 15(1), 1–14. <https://doi.org/10.38075/tp.v15i1.516>.
- Ubaid, A. H., & Subandi, H. B. H. (2022). Perilaku memilih dalam masyarakat multikultur: Studi kasus Pemilihan Walikota Medan 2020. *Jurnal Wacana Politik*, 7(1), 46–56. <https://doi.org/10.24198/jwp.v7i1.34592>.
- Wahyuni, D. (2021). Melampaui sekularisasi: Meninjau ulang peran agama di ruang publik pada era disrupsi. *Hanifiya: Jurnal Studi Agama-Agama*, 4(2), 87–98. <https://doi.org/10.15575/hanifiya.v4i2.12699>.

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. <https://doi.org/10.29103/jsds.v9i2.12590>.