

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Eropa terkenal dengan warganya yang pekerja keras. Hal ini menyebabkan Eropa maju di berbagai bidang. Namun sayangnya, angkatan kerja muda di sana semakin berkurang jumlahnya karena pasangan menikah di sana cenderung lebih suka bekerja dibandingkan mengurus anak. Hal ini membuat beberapa pemerintah di Eropa membuka jalan masuk bagi para imigran untuk mengadu nasib di negaranya. Tak sedikit negara-negara di Eropa bahkan mengeluarkan kebijakan khusus bagi para imigran ini. Beberapa diantaranya seperti, perjanjian jenewa (1951) terkait pengungsi, yang mana Uni Eropa turut memberikan perhatian bahkan bersedia melindungi dan memberikan pekerjaan bagi para imigran.

Selain perjanjian jenewa, Uni Eropa juga memberikan bentuk perhatian mereka terhadap pengungsi dalam *Common European Asylum System (CEAS) (1999)*. *Common European Asylum System (CEAS)* ini sendiri merupakan hasil dari penggabungan antara *Tempere Programme (1999-2004)* dan *Hague Programme (2004-2009)*. Dimana dalam *Tempere Programme* berisi tentang berbagai kebutuhan dalam migrasi dan kerjasama antara Uni Eropa dengan negara-negara lain dalam memudahkan kegiatan migrasi di Uni Eropa. Sedangkan dalam *Hague Programme*, berisi tentang pengamanan Uni Eropa dari tindak kejahatan oleh para pencari suaka, baik itu terorisme, pembunuhan, sindikat organisasi kejahatan, dan lain-lain (Setiabudi, 2017). *Tempere Programme* dan *Hague Programme* ini kemudian dijadikan satu kesatuan dalam CEAS tersebut dan juga menggabungkan kebijakan-kebijakan yang ada didalamnya dan menambahkan beberapa kebijakan seperti, pembentukan dana pengungsi

di Uni Eropa, prosedur-prosedur tertentu untuk para imigran yang ingin menetap permanen di Uni Eropa, juga pemberlakuan kunjungan keluarga bagi mereka yang memutuskan menetap di Uni Eropa (Welas, 2019).

Hal ini juga berlaku di Jerman. Beberapa tahun belakangan ini, Jerman semakin kekurangan tenaga kerja muda di daerah perkotaan. Kebanyakan anak usia muda lebih berminat untuk pekerjaan yang lebih bergengsi, karena kebanyakan angkatan muda di sana berhasil menyelesaikan pendidikan di jenjang yang tinggi. Hal ini pun menjadi alasan pemerintah membuka jalan untuk para imigran agar masuk ke negaranya dan mengambil bagian di beberapa bidang pekerjaan di sana. Kenaikan jumlah gelombang pengungsi yang sangat drastis dimulai dari tahun 2014 dan menjadi angka tertinggi pada tahun 2015. Pada saat ini, banyak negara-negara di Eropa yang menolak akan kedatangan para pencari suaka ini. Namun, berbeda dengan negara-negara Eropa lainnya, Jerman melakukan hal yang berkebalikan yaitu memberikan dengan senang hati akses untuk para pencari suaka agar dapat masuk ke negaranya. Hal ini ditandai dengan terbentuknya *Open Door Policy* yang dibentuk pada bulan September ditahun 2015.

Kebijakan Jerman mengenai pencari suaka ini bahkan dibagi atas beberapa paket, pada paket satu sendiri yaitu berisi kontribusi besar dari pemerintah dalam memperhatikan para pencari suaka (Audina, 2018). Namun, semakin hari ternyata jumlah pengungsi yang memasuki Jerman semakin banyak dan bahkan sampai tidak dapat diatasi. Jumlah pengungsi yang semakin banyak dan sulit diatasi ini menyebabkan timbulnya berbagai kejahatan di Jerman yang banyak dilakukan oleh para imigran. Hal ini dibuktikan dengan laporan portal berita yang mengatakan, terhitung sudah ada total 69 ribu tindak kejahatan di Jerman diawal tahun 2016. Tercatat bahwa ada sekitar 29,2 persen tindak kriminal yang telah dilakukan oleh para imigran

yaitu kasus pencurian, 28,3 persen untuk pelanggaran perusakan properti dan pemalsuan, dan 23 persen untuk pelanggaran kejahatan kekerasan fisik, perampokan dan penahanan tidak sah. Tidak hanya kejahatan kekerasan dan perusakan, tetapi juga ada beberapa pelanggaran terkait kasus narkoba yang tercatat kurang lebih sebesar 6,6 persen dan sebanyak 1,1 persen merupakan tindak kejahatan seksual (Sari, 2016).

Karena mayoritas pencari suaka yang ada di Jerman merupakan mereka yang berasal dari Timur Tengah, maka masyarakat warga asli Jerman juga menduga bahwa kemungkinan besar adanya sindikat teroris yang ikut dalam pengungsian ini dan malah menjadi perusak dan dalang kejahatan di Jerman. Hal ini terlihat dari terjadinya serangan besar-besaran oleh kaum teroris ini dibulan juli 2016. (Audina, 2018).

Dari angka peningkatan imigran dan ikut meningkatnya angka kejahatan di Jerman ini. Membuat warga asli di sana menjadi kontra dengan kebijakan pemerintah terkait *Open Door Policy* ini. Salah satu yang kontra dengan keberadaan imigran ini adalah mereka yang tergabung dalam populisme ultra kanan. Populisme ultra kanan sendiri merupakan sebuah perspektif yang cukup populer di Amerika dan di Eropa yang mana keberadaan populisme ultra kanan ini dapat menjadi pembela rakyat. Populisme ultra kanan mengambil isu Eurosceptic dan isu imigran. Populisme ultra kanan ini pada awalnya lebih condong ke isu Eurosceptic, namun semenjak lonjakan imigran di Eropa ini, mereka pun lebih condong ke isu imigran. Keberadaan populisme ultra kanan di Eropa ini membawa pengaruh yang cukup besar yang mana populisme ultra kanan ini bahkan ikut masuk dan berbaur dengan perpolitikan di Eropa.

Hal ini juga terjadi di Jerman, dimana kelompok populisme ultra kanan berkembang didalam kegiatan

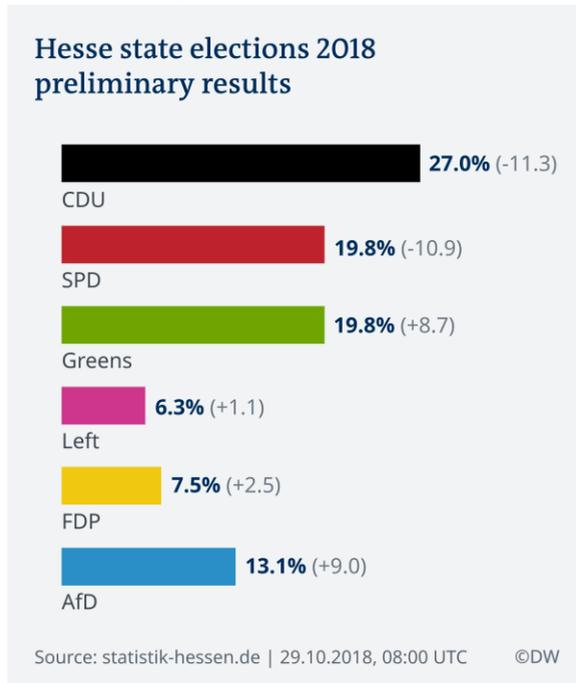
politik berupa partai politik. Partai politik di Jerman yang dikenal menganut dasar-dasar populisme ultra kanan adalah partai *Alternative für Deutschland (AfD)*. Partai ini dibentuk oleh para elit politik dan professor yang ada di Jerman. Partai ini juga dikenal dengan partai anti-imigran, resmi memperkenalkan dirinya ke hadapan publik pada tanggal 14 April 2013 oleh Bernd Lucke profesor ekonomi makro, Alexander Gauland, mantan sekretaris negara partai Kristen CDU, Konrad Adam, penerbit dan mantan wartawan koran kenamaan *FAZ (Frankfurter Allgemeine Zeitung)* serta politisi dan Doktor ilmu kimia Frauke Petry (Deutsche Welle Team, 2020). Partai ini awalnya dibentuk untuk menentang pemerintah Jerman terkait krisis mata uang Euro. Namun, karena Eropa yang sedang gencar-gencarnya memberi perhatian kepada pengungsi, juga dengan Jerman yang ikut berperan aktif di dalamnya yang membuat Jerman sebagai salah satu negara di Eropa yang menjadi tujuan favorit para pengungsi. Maka, keberadaan partai ini pun ikut mengangkat isu imigran, yang mana isu ini juga digunakan untuk mempromosikan keberadaan partai dalam setiap pemilihan umum.

Karena didukung oleh isu kejahatan yang dilakukan oleh para imigran ini, dan upaya-upaya AfD dalam kampanyenya, pendukung AfD melonjak naik setelah pemilihan umum dilaksanakan pada tahun 2013; yaitu sebanyak 17,8% di tahun 2014 sehingga menjadi 27,5%. Kenaikan yang signifikan ini berpusat di Dresden, sebuah kota yang terletak di daerah Timur Jerman (Michico, 2019). Pada pemilu selanjutnya yaitu di tahun 2017, Partai *Alternative für Deutschland (AfD)* yang mengusung tema kampanye anti imigran dan anti keragaman budaya, secara mengejutkan meraih lebih dari 12 persen suara pada pemilu Jerman 2017. Partai kanan ini jadi yang terkuat ketiga di Bundestag dengan 94 kursi. Bahkan pada tahun 2018 pun grafik menunjukkan bahwa peningkatan jumlah pemilih

untuk AfD juga naik seperti pada kurva berikut. (Deutsche Welle Team, 2018).

### Grafik 1. 1 Diagram Kenaikan Jumlah Pendukung Partai-Partai di Jerman

Setelah Pemilu 2017



Hasil perhitungan awal pada pemilu di negara bagian Hessen, Jerman, 28 Oktober 2018.

Source: www.dw.com

Pada tahun 2019 sendiri partai ekstrim kanan AfD ini juga telah berhasil meraih 23,4 persen suara, yang mana hal ini menjadikannya sebagai partai terbesar ke dua dalam majelis, serta keadaan ini membuat partai CDU Kanselir Jerman Angela Merkel turun ke posisi ketiga dengan 21,8 persen perolehan suara (Deutsche Welle Team, 2019). Kebanyakan yang memilih

AfD sendiri berasal dari golongan muda dan mereka yang sebelumnya memilih untuk golput.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari uraian diatas maka pertanyaan yang muncul adalah: **Mengapa partai *Alternative für Deutschland (AfD)* mendapat banyak pendukung di Jerman?**

## **C. Kerangka Teori**

Kerangka teori digunakan untuk membantu memberikan landasan berpikir secara logis serta mempermudah penulis dalam memecahkan permasalahan atau fenomena yang sedang diteliti. Untuk meneliti upaya indoktrinasi yang dilakukan oleh partai AfD, Kerangka teori yang digunakan disini yaitu Konsep Kampanye serta Teori Empati dan Homofili.

### **1. Konsep kampanye**

Menurut Roger & Storey (1987), Kampanye merupakan sebuah atau beberapa kegiatan yang telah direncanakan dengan tujuan menciptakan dampak tertentu pada masyarakat luas dan dilakukan secara berkelanjutan di beberapa kurun waktu tertentu. Dalam kegiatan partai politik sendiri, kampanye dilakukan untuk menarik simpati simpati dari masyarakat dengan cara menyampaikan visi dan misi dari partai tersebut. Nantinya dari visi dan misi ini akan membawa dampak tertentu di masyarakat dan dapat secara rasional dan obyektif menjatuhkan pesaing partai tersebut. Tujuan dilakukan kampanye sendiri adalah agar mendapat dukungan dari massa yang bersimpati dengan partai ini setelah disampaikannya visi dan misi partai. Kampanye sendiri dapat gagal, hal ini dikarenakan penyampaian visi dan misi yang kurang jelas atau karena isi dari visi dan misi partai yang tidak sesuai dengan kemauan masyarakat. Partai AfD sendiri juga melakukan berbagai kampanye saat akan mencalonkan kandidat mereka dalam pemilihan umum. Bahkan, mereka cukup berhasil dalam beberapa kampanyenya, hal ini dikarenakan mereka banyak

mengangkat isu-isu terkini yang sedang terjadi di dalam masyarakat Jerman. Mereka dikatakan berhasil dalam beberapa kampanye ini karena isu-isu yang mereka angkat kebanyakan bertentangan dengan prinsip dari partai lawan dan hal ini sangat menguntungkan bagi mereka.

Kampanye sendiri memiliki 3 prinsip, diantaranya;

**a. Kampanye interpersonal**

Kampanye interpersonal ini merupakan kampanye lewat media massa. Baik itu komunikasi langsung maupun komunikasi lewat perantara. Komunikasi secara langsung yang dilakukan dapat melalui dua acara. Pertama, dengan menjadi pribadi diri sendiri atau pribadi sang kandidat di setiap harinya, misalnya jika dia seorang istri dia dapat melakukan kampanyenya dikalangan ibu-ibu di lingkungannya, ataupun jika dia ada dalam sebuah kelompok masyarakat dia dapat melakukan kampanye disaat kelompoknya itu sedang menggelar acara, dsb. Bisa dibilang, kampanye yang dilakukan bersifat informal karena dilakukan selayaknya menjalankan kehidupan sehari-hari. Kedua, lewat pendidikan kader. Kampanye ini dilakukan secara formal oleh kader kepada orang-orang penting, biasanya melalui seminar-seminar, workshop maupun acara amal. Misalnya pada saat acara gereja, kampanye ini ditujukan kepada pendeta atau pastor di gereja tersebut. Atau pada saat menghadiri pameran seni, kampanye ditujukan kepada para seniman yang sedang melelang hasil karya seninya. Atau bisa dibilang melobby secara resmi (Nimmo, 2005)

**b. Kampanye Massa**

Sama seperti kampanye interpersonal, kampanye ini juga dilakukan lewat komunikasi langsung maupun perantara. Namun perantara yang digunakan disini berupa media cetak, media elektronik maupun poster. Kampanye langsung yang dilakukan biasanya dengan

mendatangi pertemuan resmi maupun mengadakan sebuah acara ditengah masyarakat lalu menyampaikan visi dan misinya disana. Biasanya sebelum kader datang untuk melakukan kegiatan kampanye, terlebih dahulu telah dilakukan farming atau pengumpulan massa, pemberitahuan kepada warga sekitar, mengundang pers, dsb. Agar kegiatan kampanye berjalan sukses.

Kampanye yang dilakukan lewat perantara pada prinsip kampanye massa ini dilakukan dengan perantara media elektronik dan media cetak. Kampanye elektronik meliputi, siaran di televisi, radio, maupun surat kabar elektronik. Namun, terkadang kampanye elektronik mendapatkan kendala-kendala tertentu karena harus mengikuti *standar operating procedure* dari perusahaan tempat media elektronik itu bernaung. Maka dari itu juga ada kampanye cetak, biasanya partai politik lebih massive dalam melakukan kampanye media cetak ini, yaitu lewat brosur, poster, baliho, spanduk, dll. Yang mana cara menyampaikannya hanya dengan memasang atau menempelkannya ke media padat seperti dinding, tiang, papan, dan sebagainya atau dengan mengikatnya di pohon atau tiang (Nimmo, 2005).

Partai AfD sendiri melakukan kampanyenya lewat media elektronik seperti sosial media facebook, twitter, website, youtube, Instagram. Serta media cetak seperti majalah, poster, dan brosur. Partai AfD sering melakukan kampanye debat, yang di laksanakan di daerah kecil seperti di kota kecil griefswald dengan tema Europa krise – weg in den nationalen egoismus (krisis Eropa – pembahasan mengenai sifat egoistik nasional). Kampanye lewat media massa ini dinilai sangat efektif karena selain dapat tersampaikan lebih luas, dapat juga dikontrol oleh admin seperti control akan jenis pesan, tujuan

pesan, sasaran pesan dan tampilan pesan. (Liliweri, 2011).

**c. Kampanye Organisasi**

Organisasi merupakan sebuah sistem yang menjadi wadah untuk penyaluran kepentingan dari anggota-anggota organisasi tersebut. Organisasi biasanya terdiri dari anggota-anggota yang memiliki kepentingan yang sama, dengan adanya aturan, hak dan kewajiban di dalamnya. Aturan yang ada dalam sebuah organisasi sendiri sangat jelas dan tegas, dan biasanya organisasi diikutsertakan dalam kampanye yang bersifat formal, misalnya kampanye yang ditujukan kepada pejabat tinggi, maupun kampanye di negara bagian atau federal. Organisasi dinilai sangat berpengaruh dalam menjalankan kampanye karena organisasi dapat membantu dari segi pendanaan maupun pengerahan massa. Dalam kegiatan kampanye dari partai AfD sendiri, mereka melakukan koalisi dengan organisasi PEGIDA. Yang mana dasar dari gerakan PEGIDA ini adalah penentangan imigran dan islam di Jerman, atau anti-islam dan anti-imigran. AfD sendiri sangat diuntungkan dalam koalisi ini, hal ini dikarenakan nama PEGIDA yang sudah banyak dikenal serta massa yang dipunya sudah cukup banyak, hal ini dapat dilihat dari kegiatan demo yang dilakukan saat akan menjelang pemilu yang mana demo tersebut mengangkat isu anti-islam dan anti-imigran (Nimmo, 2005).

**2. Teori Empati dan Homofili**

Teori empati merupakan teori yang mencampurkan pandangan dari sisi ilmu komunikasi dan ilmu sosiologi. Teori empati ini dikemukakan oleh Berlo (1960) dan Daniel Larner (1978), sedangkan teori homofili diperkenalkan oleh Everet M. Rogers (1991) dan F. Shoemaker (1971).

Teori empati sendiri secara luas merupakan kemampuan seseorang untuk menempatkan dirinya ditengah-tengah situasi ataupun kondisi seseorang atau kelompok di dalam lingkungannya. Dalam komunikasi politik, teori empati merupakan kemampuan seorang politikus dalam memahami dan menempatkan dirinya terhadap suatu kondisi di dalam masyarakat, atau bisa disebut sebagai metode negosiasi dari seorang politikus. Dalam proses empati ini membutuhkan komunikasi antara politikus dengan lawan bicara dari politikus tersebut. Dalam peristiwa komunikasi yang dilakukan ini diperkenalkanlah teori homofili. Teori homofili merupakan proses komunikasi dengan orang yang sama, dalam artian sama derajatnya. Derajat dan kesamaan yang dimaksud disini adalah suasana dan kondisi yang sama dari orang yang melakukan komunikasi, mulai dari kesamaan usia, Bahasa, pengetahuan, kepentingan, organisasi, partai, agama, suku bangsa, dan pakaian.

Menurut Nimmo (1999), homofili memiliki beberapa prinsip yaitu;

- a. Orang-orang yang memiliki kemiripan satu sama lain, mulai dari kesamaan sifat dan pandangan yang mana hal ini membuat orang-orang ini menjadi lebih sering berinteraksi.
- b. Keefektifan interaksi akan terjadi jika sumber dan penerima merupakan orang yang homofilistik. Karena orang yang memiliki kemiripan cenderung juga akan menemukan makna yang sama dalam pesan-pesan yang sedang mereka bicarakan.
- c. Hubungan dari homofili dan komunikasi yang saling memelihara, hal ini dikarenakan semakin sering terjadi komunikasi antara orang-orang tersebut maka akan semakin bertambahnya pula pandangan-pandangan diantara mereka.

Dalam komunikasi politik, sendiri biasanya homofili diterapkan oleh politikus ataupun oleh kader partai. Biasanya diterapkan di lingkungan kantor maupun di lingkungan pergerakan partai agar dapat terus memperjuangkan kepentingan politik mereka.

Kedua teori ini dianggap paling relevan penggunaannya untuk melakukan komunikasi politik maupun komunikasi sosial, karena selain pengaruhnya yang cukup besar juga karena dianggap paling manusiawi. Dianggap manusiawi karena empati dan homofili ini akan menciptakan kondisi yang akrab antara sang pemberi pesan maupun sang penerima pesan sehingga komunikasi politik dapat berjalan secara interaksional. Dalam proses pelaksanaannya pun interaksi yang dilakukan adalah antara subjek dengan subjek bukan subjek dan objek, serta komunikasi politik yang dihasilkan adalah komunikasi antara 'kita', bukan antara 'saya dan anda'.

Dalam pelaksanaan komunikasi politik menggunakan teori ini, para politikus maupun para kader berinteraksi atau bermusyawarah dengan kesamaan pikiran, perasaan, penampilan, dan tindakan politik. Hal ini dibangun dengan didasari oleh perasaan saling memiliki (sense of belonging), yang mana hal ini nantinya akan menciptakan partisipasi politik secara sukarela.

Dalam komunikasi politik yang dilakukan partai AfD mereka juga menggunakan bentuk empati dengan warga negara asli dengan membawa makna nasionalisme dan dilakukan dengan homofili tanpa memandang bahwa mereka adalah kader atau politikus, tetapi mereka hadir sebagai warga Jerman sama seperti yang lainnya. Partai AfD ini juga melakukan homofili dengan PEGIDA, selain karena mereka sama-sama mengangkat isu yang sama yaitu anti imigran juga agar

pelaksanaan kepentingan ini dapat berjalan lebih mudah dan dapat menarik massa yang lebih banyak (Arifin, 2011).

#### **D. Hipotesa**

Dari rumusan masalah sebelumnya dan berdasarkan landasan teori diatas, peneliti menarik kesimpulan sementara bahwa, Partai *Alternative für Deutschland (AfD)* mendapat banyak pendukung pada pemilu di Jerman karena Partai *Alternative für Deutschland (AfD)* berhasil menjalankan prinsip-prinsip kampanye dengan memanfaatkan isu imigran di Jerman.

#### **E. Tujuan Penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat tujuan yang ingin dicapai yakni dapat mengetahui upaya indoktrinasi seperti apa saja yang dilakukan oleh Partai *Alternative für Deutschland (AfD)* dalam mendukung upayanya untuk mendapatkan kursi di dalam parlemen Jerman.

#### **F. Batasan Penelitian**

Batasan dalam penulisan skripsi ini dimulai dari bagaimana Partai *Alternative für Deutschland (AfD)* menarik massa dan upayanya menjalankan indoktrinasinya untuk bisa mendapatkan kesempatan untuk berada di dalam parlemen di Jerman menggantikan Angela Merkel. Skala waktu dari penelitian ini dimulai dari tahun 2013 setelah dilaksanakannya pemilu yang melibatkan partai AfD, hingga tahun 2017 dalam pemilu kedua yang juga melibatkan partai AfD. Kemudian diteruskan hingga tahun 2019 untuk melihat perkembangan dari dampak pada indoktrinasi ini.

#### **G. Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif yaitu proses penelitian dengan menggunakan data yang bersumber dari kepustakaan. Data yang diambil yaitu data yang bersumber dari buku-buku, jurnal ilmiah, surat

kabar cetak maupun elektronik, media internet, serta dokumen-dokumen penunjang lainnya.

Serta menggunakan metode analisa data, dimana penulis menggunakan teknik analisa deduktif atau dengan memahami teori yang ada dan kaitannya dengan permasalahan yang ada. Sehingga dapat menemukan bukti atas masalah yang dipertanyakan. Proses menganalisa diawali dengan pengumpulan teori, konsep dan referensi-referensi terkait dengan upaya partai AfD untuk mengikuti pemilu, lalu menguraikan dan menjelaskan sesuai fakta yang didapatkan.