

Political Communication Strategies in Pancasila Education: Promoting State Ideology within the Ministry of Religious Affairs' Educational Framework

Pemasaran Ideologi Negara melalui Kebijakan Pendidikan: Strategi Komunikasi Politik Implementasi Pendidikan Pancasila di Bawah Kementerian Agama

Suryanto Kurniawan Putra¹, Maersk Ramadani Gumay²

¹Badan Fakultas Falsafah dan Peradaban, Universitas Paramadina, Indonesia, E-mail: suryanto.kurniawan@students.paramadina.ac.id

²Badan Pembinaan Ideologi Pancasila, Indonesia, E-mail: Max.ramadani@gmail.com

Abstract: *This article examines the implementation of Pancasila Education and the Main Textbook (BTU) of Pancasila Education in educational institutions under the coordination of the Ministry of Religious Affairs as a form of non-electoral state political communication. Drawing on political marketing and public policy communication perspectives, the study conceptualizes the state as an actor that markets Pancasila ideology through formal educational institutions. Using a qualitative approach, data were collected through in-depth interviews, focus group discussions, questionnaires, and policy document analysis. The findings indicate that despite strong regulatory legitimacy, Pancasila Education is predominantly implemented in an administrative manner. Fragmented teacher understanding, weak management of message distribution channels, and the limited role of teachers as intermediary actors reduce the state's ideological persuasive capacity. The article argues that the effectiveness of Pancasila Education depends on persuasive, consistent, and audience-oriented ideological communication strategies rather than regulatory strength alone.*

Keywords: *Political Communication; Political Marketing; State Ideology; Pancasila Education.*

Abstrak: Artikel ini mengkaji implementasi Pendidikan Pancasila dan Buku Teks Utama (BTU) Pendidikan Pancasila pada satuan pendidikan di bawah koordinasi Kementerian Agama sebagai praktik komunikasi politik negara non-elektoral. Dengan pendekatan *political marketing* dan komunikasi kebijakan, penelitian ini memosisikan negara sebagai aktor yang memasarkan ideologi Pancasila melalui institusi pendidikan formal. Penelitian menggunakan metode kualitatif melalui wawancara mendalam, diskusi kelompok terpusat, kuesioner, dan analisis dokumen kebijakan. Temuan menunjukkan bahwa meskipun memiliki legitimasi regulatif yang kuat, Pendidikan Pancasila masih diimplementasikan secara administratif.

Fragmentasi pemahaman guru, lemahnya pengelolaan saluran distribusi pesan, serta terbatasnya peran guru sebagai aktor perantara melemahkan daya persuasi ideologis negara. Artikel ini menegaskan bahwa efektivitas Pendidikan Pancasila ditentukan oleh strategi komunikasi ideologi yang persuasif, konsisten, dan berbasis audiens, bukan semata oleh kekuatan regulasi.

Kata kunci: Komunikasi Politik; *Political Marketing*; Ideologi Negara; Pendidikan Pancasila.

Article Info:

Received April 13, 2026 | Revised May 26, 2026 | Accepted June 1, 2026

1. Pendahuluan

Pendidikan merupakan arena strategis bagi negara. Melalui pendidikan, negara membangun legitimasi ideologis. Negara juga membentuk orientasi kewargaan secara berkelanjutan. Dalam perspektif komunikasi politik, pendidikan tidak hanya berfungsi sebagai ruang pedagogis. Pendidikan juga menjadi medium institusional. Di medium ini, negara memproduksi, mendistribusikan, dan menegosiasikan pesan-pesan ideologis kepada warga negara. Peran ini menjadikan kebijakan pendidikan sebagai bagian integral dari sistem komunikasi politik. Hal ini terutama terjadi dalam konteks negara dengan ideologi resmi.

Contohnya adalah Pendidikan Kewarganegaraan. Pendidikan ini diharapkan tidak hanya mengajarkan perangkat hukum dan hak-hak siswa. Lebih dari itu, pendidikan mendorong siswa untuk berpikir analitis dan kritis dalam menghadapi isu sosial. Menurut Suprayogi et al. (2024), Pendidikan Kewarganegaraan membantu menginternalisasi nilai-nilai ideologi negara dan nasionalisme. Hal ini mencerminkan peran pendidikan dalam merefleksikan dan menguatkan identitas kebanggaan nasional. Pendidikan juga memperkuat ideologi Pancasila di tengah globalisasi (Djami et al., 2025).

Pendidikan diharapkan mampu menanamkan kesadaran akan kewarganegaraan. Kesadaran ini mencakup hak dan kewajiban setiap individu dalam masyarakat. Baharuddin et al. (2025) menekankan fungsi kritis pendidikan dalam komunikasi politik. Melalui pendidikan, individu diajarkan untuk mempertanyakan ideologi dominan. Mereka juga diajarkan untuk memahami konteks sosial-politik yang lebih luas. Proses ini menciptakan kesadaran kritis. Kesadaran kritis diperlukan untuk mendemokratisasi ruang publik. Di ruang publik tersebut, warga negara dapat berpartisipasi aktif dalam proses politik. Dengan demikian, pendidikan tidak dapat dipahami sebagai ruang yang netral. Pendidikan adalah bagian dari sistem komunikasi politik yang bekerja melalui institusi formal negara.

Pendidikan juga berfungsi mempromosikan orientasi kewarganegaraan aktif. Misalnya, Khayati (2018) menunjukkan bagaimana tokoh sejarah seperti

KH. Abdurrahman Wahid berperan dalam membina pendidikan multikultural. Pendidikan multikultural memperkuat keragaman dan toleransi di masyarakat. Pendidikan yang inklusif seperti itu tidak hanya menciptakan rasa kepatuhan ideologis. Pendidikan juga membangun solidaritas antar warga negara yang beragam. Dengan kata lain, pendidikan tidak hanya mendidik generasi muda dalam aspek akademis. Pendidikan juga membentuk sikap dan perilaku politik yang sesuai dengan ideologi resmi negara. Dalam konteks ini, pendidikan berfungsi sebagai alat untuk membentuk nilai-nilai ideologi dan identitas nasional.

Dalam konteks Indonesia, Pancasila adalah dasar negara dan ideologi nasional. Pancasila memerlukan proses internalisasi yang sistematis. Proses ini penting agar Pancasila tetap relevan di tengah dinamika sosial, politik, dan ideologis yang terus berubah. Internalisasi tersebut membutuhkan ruang yang sistematis dan berkelanjutan. Salah satu ruang itu adalah pendidikan formal di sekolah. Pendidikan formal berfungsi sebagai arena strategis pembentukan karakter. Melalui pendidikan, nilai-nilai Pancasila tidak sekadar diajarkan sebagai pengetahuan. Nilai-nilai tersebut dipraktikkan dalam kehidupan keseharian peserta didik. Dengan demikian, terbentuklah insan yang berkarakter Pancasila.

Pasca reformasi, makna Pancasila melemah akibat warisan historis Orde Baru yang menjadikannya instrumen legitimasi kekuasaan melalui pendekatan indoktriner dan asas tunggal. Pendekatan tersebut menempatkan masyarakat sebagai objek ideologi, bukan subjek yang menghayati nilai secara kritis. Nasoha et al. (2024) menyebut Pancasila pada masa Orde Baru digunakan untuk melegitimasi kekuasaan sekaligus menutup ruang kritik. Akibatnya, setelah reformasi, Pancasila mengalami delegitimasi simbolik dan dipersepsikan sebagai “ideologi masa lalu” yang identik dengan represi politik, pembungkaman kritik, dan otoritarianisme. Kondisi ini memunculkan sikap skeptis, terutama di kalangan generasi muda, yang memandang Pancasila kurang relevan dengan realitas demokrasi dan kebebasan pascareformasi.

Dalam situasi transisi tersebut, masyarakat Indonesia mengalami kondisi *anomie*, yaitu melemahnya pegangan nilai bersama akibat perubahan sosial-politik yang cepat dan tanpa arah ideologis yang jelas (Thompson, 2024). Dalam perspektif Durkheimian, *anomie* terjadi ketika norma sosial kehilangan fungsi regulatifnya sehingga individu kehilangan pedoman moral dalam mengendalikan hasrat, tujuan, dan cara memaknai hidup (Thompson, 2004). Sehubungan dengan hal itu, minimnya sosialisasi nilai Pancasila pada era reformasi membuka ruang kosong ideologis yang kemudian diisi oleh berbagai narasi alternatif, baik dari ideologi global maupun ideologi keagamaan eksklusif. Nugraha & Habibah (2023) menunjukkan bahwa melemahnya internalisasi Pancasila mendorong munculnya pencarian “ideologi tandingan” yang dianggap lebih mampu memberi kepastian

identitas, solidaritas, dan tujuan hidup di tengah krisis ekonomi, ketimpangan sosial, dan kekecewaan terhadap negara.

Dari perspektif komunikasi ideologi negara, pelemahan makna Pancasila pasca reformasi dapat dipahami sebagai kegagalan negara. Negara gagal mengelola proses komunikasi ideologis secara berkelanjutan. Pada masa Orde Baru, Pancasila dikomunikasikan melalui pola komunikasi satu arah. Pola ini bersifat koersif, indoktriner, dan menempatkan negara sebagai otoritas tunggal penafsir ideologi. Pola ini memang efektif dalam menciptakan kepatuhan formal. Namun, pola ini gagal membangun penerimaan ideologis yang bersifat internal dan reflektif. Ketika struktur kekuasaan tersebut runtuh, pesan ideologis Pancasila kehilangan kredibilitas komunikatif. Sebab, pesan tersebut sebelumnya dilekatkan pada praktik dominasi politik, bukan pada kebutuhan dan aspirasi publik (Nasoha et al., 2024).

Dari perspektif *political marketing*, situasi ini menunjukkan kegagalan negara mengelola Pancasila sebagai *political product* yang memiliki nilai simbolik, emosional, dan rasional bagi warga negara. Pancasila lebih diposisikan sebagai produk wajib melalui regulasi dan kurikulum formal daripada dipasarkan sebagai nilai bersama yang relevan dengan problem masyarakat. Padahal, dalam kerangka *market-oriented politics*, produk politik harus dibangun berdasarkan kebutuhan, kegelisahan, dan aspirasi publik, bukan semata melalui instrumen administratif (Lees-Marshment et al., 2019). Simons (2020) menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi politik tidak hanya bergantung pada argumentasi normatif, tetapi juga pada kemampuan membangun ikatan emosional melalui narasi yang sederhana, berulang, dan membangkitkan solidaritas. Tanpa hal tersebut, produk ideologis sulit memperoleh legitimasi substantif. Lees-Marshment et al. (2019) juga menekankan pentingnya *value proposition* berupa manfaat nyata, relevansi moral, dan kedekatan emosional agar produk ideologis tetap kompetitif. Ketika reformasi membuka ruang kontestasi narasi, Pancasila kehilangan *brand positioning* sehingga kalah bersaing dengan ideologi alternatif yang lebih sederhana, emosional, dan mampu menjawab krisis identitas, ketidakadilan, serta kegelisahan ekonomi pasca reformasi. Fenomena ini tidak unik di Indonesia. Dalam konteks global, Gierlach (2026) menunjukkan bahwa lanskap media sosial yang terfragmentasi telah mengubah cara aktor politik membangun loyalitas ideologis. Strategi pemasaran konvensional yang mengandalkan saluran formal dan komunikasi satu arah terbukti tidak efektif menjangkau generasi muda yang terbiasa dengan konten personal dan emosional. Dengan demikian, kegagalan Pancasila bersaing di ruang publik pasca-reformasi juga mencerminkan ketidakmampuan negara beradaptasi dengan logika pemasaran politik era digital, di mana narasi yang hidup justru berasal dari aktor-aktor non-negara yang lebih lincah.

Dalam konteks ini, negara sebagai aktor politik kehilangan peran

strategisnya sebagai *ideological communicator*. Firmansyah et al (2024) menegaskan bahwa minimnya sosialisasi nilai Pancasila pasca reformasi menciptakan kekosongan ideologis. Kekosongan ini dimanfaatkan oleh ideologi alternatif, termasuk radikalisme keagamaan. Mereka melakukan penetrasi kognitif dan afektif, terutama pada generasi muda. Ideologi-ideologi tersebut bekerja dengan logika pemasaran politik yang lebih efektif. Mereka memiliki segmentasi audiens yang jelas, narasi yang konsisten, serta saluran komunikasi yang dekat dengan kehidupan sehari-hari khalayak. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan metode sosialisasi yang lebih efektif dan kontekstual. Tujuannya agar nilai-nilai Pancasila dapat diinternalisasi dengan baik oleh generasi muda.

Jika ditarik lebih jauh, fragmentasi ideologis dan menguatnya politik identitas dapat dipahami sebagai konsekuensi dari absennya strategi komunikasi ideologi negara yang adaptif. Dalam kerangka *political marketing*, Pancasila gagal dikomunikasikan sebagai *value proposition* yang kompetitif di tengah pasar ideologi yang semakin plural dan liberal. Negara cenderung mengandalkan pendekatan normatif-formal. Sementara itu, aktor non-negara, termasuk kelompok keagamaan dan ideologis, menggunakan pendekatan persuasif, emosional, dan berbasis komunitas. Mereka bertujuan membangun loyalitas ideologis.

Kondisi ini menjadi semakin krusial dalam konteks pendidikan keagamaan. Pendidikan keagamaan secara strategis berfungsi sebagai arena sosialisasi ideologis awal (*early ideological socialization*). Di arena ini, nilai, keyakinan, dan orientasi politik peserta didik dikonstruksi sejak dini melalui proses institusional yang relatif stabil. Dalam konteks ini, negara tidak menghadirkan narasi Pancasila yang dialogis, kontekstual, dan kompetitif. Ketidakhadiran ini membuka ruang bagi masuknya *political marketing* ideologi alternatif. Ideologi alternatif memobilisasi ajaran agama sebagai identitas politik yang total, eksklusif, dan berdaya mobilisasi tinggi. Disrupsi dalam komunikasi kebijakan yang ditandai oleh fragmentasi pemahaman guru, lemahnya distribusi pesan ideologis, serta minimnya orkestrasi narasi tidak hanya menghasilkan kegagalan internalisasi nilai. Disrupsi juga memperlemah posisi negara dalam kontestasi makna di ruang pendidikan. Dalam jangka panjang, kondisi ini berpotensi membentuk orientasi kewargaan yang tidak sepenuhnya sejalan dengan kerangka ideologis negara (Peter L. Berger & Thomas Luckmann, 1966, pp. 129–137, 149–163).

Temuan ini menunjukkan bahwa tantangan utama Pancasila di era reformasi tidak terletak pada penolakannya secara formal. Tantangan utamanya adalah keterbatasan negara dalam mengelola komunikasi ideologi secara modern, persuasif, dan berbasis kebutuhan khalayak. Dengan demikian, penguatan Pancasila menuntut pergeseran paradigma. Paradigma harus bergeser dari pendekatan indoktrinatif menuju strategi komunikasi

ideologi. Strategi baru harus menempatkan Pancasila sebagai *ideological brand* yang hidup, relevan, dan kompetitif. Tanpa transformasi tersebut, Pancasila berisiko tetap berada dalam posisi defensif di tengah kontestasi narasi ideologis, baik di ruang publik maupun dalam praktik pendidikan.

Sebagai respons terhadap situasi tersebut, negara kembali menegaskan peran pendidikan sebagai instrumen strategis. Negara menetapkan Pendidikan Pancasila sebagai mata pelajaran wajib. Ketentuan ini diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2022 tentang Standar Nasional Pendidikan (Pemerintah RI, 2022). Kebijakan ini berlaku di semua satuan pendidikan dari tingkat dasar hingga perguruan tinggi. Kebijakan diperkuat melalui penyusunan dan distribusi Buku Teks Utama (BTU) Pendidikan Pancasila. Hal ini ditetapkan melalui Keputusan Mendikbudristek Nomor 026.C/H/P/2023. BTU wajib digunakan pada satuan pendidikan dasar dan menengah yang menggunakan Kurikulum Merdeka. Kewajiban ini termasuk lembaga pendidikan keagamaan di bawah koordinasi Kementerian Agama (Kemendikbudristek RI, 2023). Kebijakan ini juga sejalan dengan Undang-undang No. 3 Tahun 2017 Tentang Sistem Perbukuan. Undang-undang tersebut menetapkan adanya buku wajib yang melekat pada ketentuan mata pelajaran wajib (Pemerintah RI, 2017). Melalui kebijakan ini, negara tidak hanya menetapkan standar kurikulum. Negara juga membangun narasi ideologis resmi. Narasi ini diharapkan dapat diterima dan diinternalisasi oleh peserta didik melalui BTU. Pada titik ini, kebijakan Pendidikan Pancasila dapat dibaca sebagai upaya negara merekonstruksi kembali Pancasila sebagai ideologi yang sah dan relevan melalui jalur pendidikan formal.

Namun demikian, implementasi kebijakan pendidikan tidak dapat dipahami semata sebagai persoalan administratif atau teknis pedagogis. Kebijakan Pendidikan Pancasila juga merupakan proses komunikasi kebijakan. Proses ini sarat dengan pesan simbolik, kepentingan ideologis, serta relasi kuasa antara negara dan aktor pelaksana di tingkat satuan pendidikan. Dalam praktiknya, pesan ideologis negara tidak selalu diterima secara utuh. Pesan tersebut melalui proses interpretasi, negosiasi, dan adaptasi oleh aktor perantara seperti guru dan lembaga pendidikan.

Sejauh ini, sebagian besar kajian mengenai Pendidikan Pancasila masih menempatkan isu ini dalam kerangka normatif dan pedagogis. Fokus kajian adalah pada muatan kurikulum, metode pembelajaran, atau capaian karakter peserta didik. Pendekatan tersebut cenderung mengabaikan dimensi komunikasi politik. Dimensi komunikasi politik bekerja dalam proses perumusan dan implementasi kebijakan pendidikan. Dimensi ini penting untuk memahami bagaimana negara mengelola ideologi sebagai pesan politik yang ditujukan kepada publik sasaran di luar konteks kontestasi elektoral. Padahal, kebijakan pendidikan merupakan instrumen strategis negara dalam membangun legitimasi ideologis dan mengelola orientasi kewargaan secara

berkelanjutan melalui institusi formal.

Dalam konteks tersebut, implementasi Pendidikan Pancasila tidak hanya dapat dipahami sebagai proses transfer nilai. Implementasi juga dapat dipahami sebagai praktik komunikasi kebijakan. Praktik ini sarat dengan pesan simbolik, relasi kuasa, serta proses negosiasi makna antara negara dan aktor implementor. Pesan ideologis yang dirancang negara melalui regulasi, kurikulum, dan Buku Teks Utama (BTU) tidak hadir dalam ruang hampa. Pesan tersebut bersaing dengan berbagai narasi ideologis alternatif. Narasi alternatif telah hidup dan mengakar, khususnya di lingkungan pendidikan keagamaan. Oleh karena itu, efektivitas Pendidikan Pancasila tidak semata ditentukan oleh kekuatan desain regulasi. Efektivitas ditentukan oleh bagaimana pesan ideologis tersebut dikomunikasikan, dimediasi, dan dimaknai oleh aktor perantara di tingkat implementasi.

Berangkat dari perspektif komunikasi politik non-elektoral dan teori *political marketing*, penelitian ini memosisikan negara sebagai aktor politik. Negara tidak hanya mengatur, tetapi juga "memasarkan" ideologi Pancasila melalui kebijakan pendidikan. Dalam kerangka ini, Pendidikan Pancasila dipahami sebagai *political product* yang didistribusikan melalui institusi pendidikan formal. Guru dan satuan pendidikan berperan sebagai aktor perantara sekaligus *opinion leader* dalam proses komunikasi ideologis. Pendekatan ini memungkinkan analisis yang lebih sistematis terhadap beberapa hal. Analisis mencakup bagaimana negara merancang pesan ideologi, mengelola saluran distribusi, serta membangun (atau gagal membangun) penerimaan ideologis di tingkat pelaksana dan peserta didik. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan kebaruan. Penelitian menggeser fokus kajian Pendidikan Pancasila dari persoalan pedagogis menuju analisis komunikasi kebijakan dan pemasaran ideologi negara.

Secara khusus, penelitian ini berupaya menjelaskan dinamika implementasi Pendidikan Pancasila di satuan pendidikan keagamaan. Satuan pendidikan tersebut berada di bawah koordinasi Kementerian Agama. Implementasi di sana merupakan arena komunikasi politik negara yang menghadapi tantangan. Tantangan tersebut antara lain fragmentasi pemahaman aktor implementor, lemahnya peran aktor perantara, serta kompetisi narasi ideologis di ruang pendidikan.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kebijakan. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti menggali proses pemaknaan, interpretasi, dan dinamika implementasi kebijakan dalam konteks sosial dan kelembagaan yang melingkupinya, mengingat kebijakan publik tidak hanya hadir sebagai produk normatif, tetapi juga sebagai realitas yang dikonstruksi melalui komunikasi dan interaksi

(Sugiyono, 2022). Desain studi kebijakan digunakan untuk menganalisis secara mendalam proses komunikasi kebijakan ideologis negara dalam implementasi Pendidikan Pancasila, khususnya pada satuan pendidikan di bawah koordinasi Kementerian Agama.

Dalam perspektif komunikasi politik, implementasi kebijakan dipahami sebagai arena pertukaran pesan, simbol, dan kepentingan yang sarat dengan relasi kuasa. Proses implementasi kebijakan tidak berlangsung secara linier, melainkan melalui interpretasi dan negosiasi makna oleh aktor pelaksana yang berperan sebagai perantara komunikasi negara di tingkat satuan pendidikan (Hutapea, 2020). Oleh karena itu, unit analisis dalam penelitian ini adalah proses komunikasi kebijakan ideologis negara dalam implementasi Pendidikan Pancasila, dengan aktor perantara utama yaitu guru Pendidikan Pancasila, kepala satuan pendidikan, dan pengelola madrasah.

Sumber data penelitian ini terdiri atas informan yang berasal dari satuan pendidikan di bawah koordinasi Kementerian Agama di sejumlah provinsi. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposif dengan pertimbangan heterogenitas karakteristik satuan pendidikan keagamaan.

Teknik pengumpulan data menggunakan triangulasi metode untuk memperkuat validitas temuan. Data empiris diperoleh melalui wawancara, *Focus Group Discussion* (FGD), Kuisisioner, dan Analisis Dokumen. Wawancara mendalam semi-terstruktur terhadap guru Pendidikan Pancasila, kepala satuan pendidikan, dan pengelola madrasah. FGD untuk menggali secara kolektif persepsi, pengalaman, dan pemaknaan aktor implementor terhadap kebijakan. Selanjutnya, Kuisisioner sebagai instrumen pendukung yang bersifat eksploratif. Kuisisioner digunakan untuk memetakan kecenderungan persepsi aktor implementor terhadap kebijakan Pendidikan Pancasila dan Buku Teks Utama (BTU), bukan sebagai dasar analisis kuantitatif inferensial. Sedangkan analisis dokumen kebijakan, terutama Naskah Kajian Strategi Implementasi Pendidikan Pancasila dan BTU pada Satuan Pendidikan di Bawah Koordinasi Kementerian Agama yang disusun oleh Badan Pembinaan Ideologi Pancasila (BPIP) pada tahun 2025.

Instrumen penelitian meliputi panduan wawancara mendalam (semi-terstruktur), panduan FGD, kuisisioner skala Likert sederhana untuk pengukuran persepsi awal, serta lembar analisis dokumen. Seluruh instrumen dikembangkan berdasarkan kerangka teoritis komunikasi politik dan *political marketing*. Salah satu peneliti berafiliasi dengan BPIP, lembaga penyusun dokumen kebijakan yang dianalisis. Untuk mengurangi potensi bias, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, wawancara dengan informan independen, serta diskusi reflektif antar peneliti guna menjaga objektivitas interpretasi.

Analisis data dilakukan secara tematik dengan pendekatan induktif. Proses analisis mencakup tiga tahapan:

1. Pengodean terbuka (*open coding*) yaitu mengidentifikasi kode-kode awal dari transkrip wawancara, FGD, dan dokumen.
2. Pengelompokan tema (*thematic grouping*) yaitu mengelompokkan kode-kode ke dalam tema-tema yang lebih luas sesuai fokus penelitian (desain kebijakan, saluran distribusi pesan, peran aktor perantara, dan penerimaan ideologis).
3. Penarikan pola makna yakni menyusun interpretasi dan kesimpulan substantif tentang dinamika komunikasi kebijakan ideologis negara.

Pendekatan induktif memungkinkan peneliti menangkap dinamika komunikasi kebijakan secara kontekstual, sejalan dengan pandangan bahwa komunikasi politik merupakan proses strategis dalam pembentukan, penyampaian, dan pelaksanaan kebijakan publik (Hutapea, 2020). Selanjutnya, validitas data dijaga melalui triangulasi sumber (membandingkan informasi dari berbagai jenis informan: guru, kepala sekolah, pengelola madrasah) dan triangulasi metode (membandingkan hasil wawancara, FGD, kuesioner, dan analisis dokumen) untuk memastikan konsistensi temuan dan kredibilitas analisis. Penelitian ini tidak bertujuan menghasilkan generalisasi statistik, melainkan kedalaman pemahaman kontekstual tentang proses komunikasi ideologi negara di lingkungan pendidikan keagamaan.

Keterbatasan penelitian meliputi (1) kuesioner hanya bersifat eksploratif dan tidak digunakan untuk uji hipotesis, (2) lokasi penelitian terbatas pada sejumlah provinsi tanpa klaim representativitas nasional, dan (3) fokus utama pada perspektif aktor implementor (guru dan pengelola) tanpa mengukur secara langsung penerimaan ideologis peserta didik.

3.1 Pendidikan Pancasila sebagai *Political Product*

Temuan penelitian menunjukkan bahwa implementasi Pendidikan Pancasila pada satuan pendidikan di bawah koordinasi Kementerian Agama masih didominasi oleh pemaknaan administratif. Pendidikan Pancasila dipahami oleh sebagian besar tenaga pendidik sebagai kewajiban kebijakan yang harus dilaksanakan sesuai regulasi, bukan sebagai instrumen strategis internalisasi ideologi negara. Hal ini tercermin dalam dokumen kajian yang menyatakan bahwa “sebagian besar tenaga pendidik memahami Pendidikan Pancasila terutama sebagai kewajiban kebijakan yang harus dipenuhi sesuai regulasi, namun belum sepenuhnya memahami tujuan ideologis dan arah kebijakan tersebut.

Dalam perspektif *political marketing*, kondisi ini menunjukkan dominasi pendekatan *product-led*, dimana aktor politik menempatkan produk kebijakan sebagai pusat strategi dan mengasumsikan bahwa kepatuhan formal akan berujung pada penerimaan nilai. Lees-Marshment et al. (2019) menegaskan

bahwa strategi *product-oriented* cenderung menghasilkan penerimaan dangkal karena tidak berbasis pada kebutuhan, pengalaman, dan persepsi audiens. Temuan empiris dalam penelitian ini mengonfirmasi argumen tersebut. Legitimasi regulatif Pendidikan Pancasila memang kuat, tetapi belum sepenuhnya bertransformasi menjadi legitimasi ideologis yang dialami secara bermakna oleh aktor implementor.

Lebih lanjut, kesenjangan antara tujuan normatif kebijakan dan pengalaman implementasi di lapangan menunjukkan bahwa Pendidikan Pancasila belum dipersepsikan sebagai *value in use*. Nilai-nilai Pancasila cenderung dipahami sebagai pengulangan materi sebelumnya dan belum dikaitkan secara kontekstual dengan problem sosial aktual peserta didik. Dengan demikian, Pendidikan Pancasila hadir sebagai *political product* yang wajib dikonsumsi, tetapi belum berhasil membangun keterikatan emosional dan rasional yang menjadi prasyarat penerimaan ideologis jangka panjang.

3.2 Saluran Distribusi dan Fragmentasi Pesan Ideologis

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa saluran distribusi pesan ideologis negara melalui Buku Teks Utama (BTU) Pendidikan Pancasila belum dikelola secara konsisten. Keterbatasan akses BTU, kendala anggaran, serta dinamika pengadaan mendorong satuan pendidikan menggunakan sumber ajar alternatif. Dokumen kajian mencatat bahwa “implementasi Buku Teks Utama Pendidikan Pancasila menghadapi kendala serius berupa keterbatasan akses, ketidakcukupan anggaran, serta persaingan dengan buku penerbit komersial yang secara substansi tidak selalu selaras dengan narasi ideologis negara”.

Dalam kerangka komunikasi politik, kondisi ini menunjukkan melemahnya kontrol negara terhadap saluran distribusi pesan ideologis. Ruang kelas tidak lagi menjadi medium penyampaian narasi Pancasila yang konsisten, melainkan arena kontestasi berbagai narasi nilai yang tidak seluruhnya sejalan dengan pesan negara. Akibatnya, nilai dan makna Pancasila diterjemahkan secara beragam oleh guru dan peserta didik, sehingga pesan ideologis negara kehilangan kohesi naratif.

Temuan empiris dalam dalam dokumen kajian memperlihatkan bagaimana kompetisi tersebut berlangsung di ruang pendidikan keagamaan akibat lemahnya pengelolaan saluran distribusi kebijakan. Dari perspektif political marketing, saluran distribusi (komunikasi, delivery, dan relasi) merupakan elemen krusial, karena melalui mekanisme inilah political product memperoleh makna, relevansi, dan penerimaan substantif dari audiens sasaran (Lees-Marshment et. al (2019). Ketika distribusi BTU diperlakukan semata sebagai kewajiban administratif tanpa penguatan narasi substantif, pesan ideologis negara berisiko terfragmentasi dan kehilangan daya persuasi. Adapun sintesis temuan empiris Implementasi Pendidikan

Pancasila pada satuan pendidikan keagamaan dapat diterangkan pada tabel berikut.

Tabel 1. Sintesis Temuan Empiris Implementasi Pendidikan Pancasila

Aspek Implementasi	Indikator Empiris (Sintesis Data)	Implikasi Komunikasi Politik
Pemahaman guru	Variasi pemahaman terhadap dasar regulasi dan tujuan Pendidikan Pancasila	Pesan kebijakan belum terinternalisasi konsisten pada aktor perantara
Posisi BTU	BTU dipersepsikan sebagai kewajiban administratif	<i>Political product</i> belum dimaknai Sebagai produk ideologis
Distribusi materi	Akses BTU tidak merata; penggunaan buku alternatif	Fragmentasi pesan ideologis di ruang kelas
Pola pengajaran	Penyampaian materi cenderung tekstual dan normatif	Strategi komunikasi negara masih regulatif
Kendala Implementasi	Dominasi isu akses, sosialisasi, dan anggaran	Hambatan bersifat komunikatif dan struktural

Sumber: olahan peneliti.

Tabel tersebut menunjukkan bahwa tantangan utama implementasi Pendidikan Pancasila terletak pada aspek komunikasi politik, bukan pada ketiadaan regulasi. Variasi pemahaman guru menandakan pesan kebijakan belum terinternalisasi secara konsisten pada aktor perantara, sehingga tujuan ideologis sering tereduksi menjadi praktik administrative.

Persepsi BTU sebagai kewajiban, distribusi materi yang tidak merata, serta pola pengajaran yang tekstual dan normatif mencerminkan dominasi pendekatan product-led dan komunikasi negara yang masih regulatif. Dalam praktiknya, Pendidikan Pancasila dijalankan sebagai kewajiban formal tanpa rujukan makna yang konsisten, sehingga nilai-nilai ideologis negara tidak berfungsi sebagai kerangka moral yang hidup, melainkan sebagai simbol normatif yang terlepas dari pengalaman sosial peserta didik. Akibatnya, pesan ideologis terfragmentasi dan kurang relevan dengan realitas sosial peserta didik. Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan adanya kesenjangan antara desain kebijakan dan penerimaan ideologis di ruang kelas.

3.3 Guru, Anomie Ideologis, dan Kegagalan Persuasi Negara

Temuan empiris dalam penelitian ini juga mengindikasikan adanya kondisi *anomie* ideologis dalam implementasi Pendidikan Pancasila. Meskipun regulasi dan kebijakan telah tersedia, pemahaman tenaga pendidik terhadap

tujuan ideologis kebijakan masih terfragmentasi. Hasil kajian dalam dokumen menunjukkan bahwa adanya kesenjangan pemahaman di tingkat tenaga pendidik akibat kurangnya sosialisasi dan pelatihan yang masif, sehingga tujuan utama kebijakan Pendidikan Pancasila tidak dipahami secara seragam”.

Temuan lapangan menunjukkan kondisi yang oleh informan disebut sebagai "kebingungan narasi". Seorang guru mengaku: "Saya sudah 20 tahun mengajar PPKn. Dulu pakai P4, sekarang BTU. Isinya beda, tapi tidak pernah dijelaskan perbedaannya. Akhirnya saya mengajar seperti dulu saja" (FGD, kelompok guru madrasah di salah satu Provinsi). Dinamika ini mencerminkan temuan Ohlig (2025) dalam studinya tentang aktor sekolah di Tanzania. Ohlig mengidentifikasi bahwa guru berada dalam ketegangan struktural antara peran sebagai "agen langsung negara" (*direct agents of the state*) yang harus menyampaikan narasi resmi, dan "agen perubahan sosial" (*agents of social change*) yang diharapkan merespons kebutuhan kritis siswa. Ketika negara gagal memberikan panduan yang jelas tentang bagaimana menavigasi ketegangan tersebut terutama saat terjadi pergantian kurikulum atau narasi ideologis guru cenderung mundur ke pola pengajaran yang paling aman, prosedural dan repetitif. Dalam konteks Pendidikan Pancasila, ketiadaan rekonstruksi peran guru ini memperparah *anomie* ideologis karena guru tidak lagi berfungsi sebagai komunikator persuasif, melainkan sekadar pelaksana teknis.

Pernyataan ini juga tidak sekadar mengonfirmasi *anomie* (norma formal ada tetapi kehilangan makna), tetapi mengungkap kegagalan negara dalam mengelola transisi narasi ideologis. Akibatnya, guru yang seharusnya menjadi ujung tombak persuasi justru menjadi sumber fragmentasi. Mereka menyampaikan versi Pancasila yang berbeda-beda, ada yang masih kental dengan pendekatan indoktrinatif Orde Baru, ada pula yang mengajarkan secara prosedural tanpa penghayatan. Ironisnya, dalam pelatihan yang diselenggarakan Kementerian Agama, porsi terbesar justru diisi oleh teknis administrasi pembelajaran, bukan pendalaman pemahaman ideologis atau metode dialogis. Temuan ini menggeser pertanyaan dari "mengapa *anomie* terjadi?" menjadi "mengapa negara gagal memperlakukan guru sebagai *ideological communicator*, bukan sekadar pelaksana kurikulum?"

Dalam perspektif *political marketing*, kegagalan ini menunjukkan lemahnya strategi internal political marketing negara. Lees-Marshment et al. (2019) menekankan bahwa keberhasilan pemasaran politik sangat bergantung pada aktor internal dan perantara yang menyampaikan serta menghidupkan *political product* dalam praktik sehari-hari. Temuan empiris penelitian ini memperlihatkan bahwa negara masih memosisikan guru terutama sebagai pelaksana administratif, bukan *sebagai ideological*

communicators. Akibatnya, pesan ideologis negara berhenti pada tataran kepatuhan formal dan gagal membangun resonansi nilai yang berkelanjutan.

Kondisi ini ditegaskan dalam dokumen kajian yang menyatakan bahwa “meskipun kerangka regulasi Pendidikan Pancasila telah tersedia, praktik implementasi di lapangan menunjukkan bahwa nilai-nilai Pancasila belum sepenuhnya terinternalisasi secara substantif, sehingga pelaksanaannya cenderung bersifat formal dan administratif”. Dengan demikian, *anomie* dalam konteks ini bukan disebabkan oleh ketiadaan regulasi, melainkan oleh kegagalan komunikasi ideologi negara dalam membangun orientasi nilai yang kohesif di tingkat implementasi kebijakan.

3.4 Dari Regulasi ke Persuasi: Implikasi Strategi Komunikasi Negara

Temuan empiris dalam kajian ini secara konsisten menunjukkan bahwa implementasi Pendidikan Pancasila masih didominasi oleh pendekatan regulatif. Negara menempatkan regulasi, kurikulum, dan kewajiban penggunaan BTU sebagai instrumen utama dalam memastikan internalisasi ideologi. Namun, data mengindikasikan bahwa pendekatan tersebut belum cukup efektif dalam membangun penerimaan ideologis yang berkelanjutan di tingkat aktor implementor maupun peserta didik. Data empiris menegaskan pentingnya penguatan kapasitas guru, konsistensi narasi ideologis, serta pengelolaan saluran distribusi pesan secara lebih strategi.

Dari temuan di atas, urgensi pergeseran strategi menjadi tidak terelakkan. Data menunjukkan bahwa guru yang pernah mengikuti pelatihan berbasis *problem-based-learning* (PBL) dengan studi kasus konflik sosial aktual justru melaporkan peningkatan partisipasi siswa dalam diskusi nilai-nilai Pancasila meskipun pelatihan itu hanya berlangsung dua hari dan tanpa pendampingan lanjutan. Sebaliknya, guru yang hanya menerima sosialisasi regulasi dan buku teks tanpa metode dialogis cenderung mengeluhkan "siswa bosan" dan "materi tidak nyambung". Dengan demikian, temuan ini tidak sekadar menyerukan pendekatan persuasif secara abstrak, tetapi menunjukkan secara empiris bahwa jenis intervensi yang spesifik (pelatihan berbasis kasus, pendampingan berkelanjutan) lebih menentukan keberhasilan daripada sekadar ketersediaan regulasi. Implikasinya, negara perlu merancang ulang mekanisme pelatihan guru dari model "sosialisasi satu arah" menjadi "lokakarya interpretasi nilai" yang melibatkan dilema moral dan isu-isu lokal.

Dengan demikian, integrasi data empiris dalam kajian ini menegaskan bahwa keberhasilan implementasi Pendidikan Pancasila tidak hanya ditentukan oleh kekuatan regulasi, tetapi oleh kemampuan negara dalam mengelola komunikasi ideologis secara terencana, adaptif, dan berbasis audiens. Tanpa perubahan pendekatan komunikasi dan pemasaran politik,

Pendidikan Pancasila akan terus berada pada ranah kepatuhan administratif. Kondisi tersebut membatasi kemampuannya untuk membangun resonansi ideologis, keterlibatan nilai, dan relevansi sosial di kalangan peserta didik. Temuan ini memperkuat argumen bahwa Pendidikan Pancasila merupakan praktik komunikasi politik negara yang membutuhkan *strategi political marketing* yang komprehensif dan berorientasi jangka panjang.

4. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian ini, implementasi Pendidikan Pancasila dan Buku Teks Utama (BTU) di satuan pendidikan di bawah Kementerian Agama merupakan praktik komunikasi politik negara yang bersifat non-elektoral, di mana negara memosisikan Pancasila sebagai *political product* dengan legitimasi regulatif kuat. Namun, temuan empiris menunjukkan bahwa kekuatan regulasi tersebut belum otomatis bertransformasi menjadi penerimaan ideologis substantif karena dominasi pendekatan *product-led* dan strategi komunikasi yang masih bersifat regulatif, sehingga terjadi fragmentasi pesan, variasi pemahaman guru, serta melemahnya resonansi nilai Pancasila di lingkungan pendidikan keagamaan. Keberhasilan Pendidikan Pancasila tidak semata ditentukan oleh desain kebijakan, melainkan oleh kemampuan negara mengelola komunikasi ideologi secara terencana, persuasif, dan berbasis audiens termasuk penguatan peran guru sebagai komunikator ideologis dan perbaikan tata kelola distribusi BTU karena tanpa pergeseran dari pendekatan regulasi menuju persuasi dan relasi, Pendidikan Pancasila berisiko terus berada pada ranah kepatuhan administratif dan gagal membangun keterikatan ideologis jangka panjang.

Daftar Pustaka

- Abadi, M., Widjaja, N. H. ., Ishak, S. B., & Olausson, P. (2022). Ensuring a Turning Point with Political Ideology and Cultural Knowledge to Achieve the 2045 Vision. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 2(2), 163–178. <https://doi.org/10.52738/pjk.v2i2.124>
- Anggono, B. D., & Damaitu, E. R. (2021). Penguatan Nilai-Nilai Pancasila Dalam Pembangunan Nasional Menuju Indonesia Emas. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1(1), 34–44. <https://doi.org/10.52738/pjk.v1i1.22>
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Anchor Books.
- Djami, J., Bere, S. H., Kota, I. A., Marin, W. D., Allosau, J. H. I., & Zega, Y. K. (2025). Meneguhkan Kembali Nilai-Nilai Pancasila dalam Menghadapi Tantangan Globalisasi. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(2), 165-175. <https://doi.org/10.62282/juilmu.v2i2.165-175>.
- Firmansyah, M., Rahwan, Kurniawan, R., & Salik, M. (2024). *The Internalization of Pancasila Values as An Effort for Religious Harmonization in Indonesia*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Raushan Fikr*, 13(2),392–407. <https://doi.org/10.24090/jimrf.v13i2.11412>.

- Hutapea, E. B. T. (2020). *Komunikasi politik: Lingkup kajian, konsep dan pendekatan*. Gibon Books.
- Lees-Marshment, J., Conley, B., Elder, E., Pettitt, R., Raynauld, V., & Turcotte, A. (2019). *Political marketing: Principles and applications* (3rd ed.). Routledge.
- Nasoha, A. M. M., Atqiya, A. N., Salsabila, N. A., Syarifah, N. A., Larassati, S., & Marzuki, M. I. (2024). Pancasila era Orde Lama, Orde Baru dan Reformasi. *Garuda: Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan dan Filsafat*, 2(4), 32–56. <https://doi.org/10.59581/garuda.v2i4.4258>.
- Nugraha, N. A., & Habibah, S. M. (2023). The role of Pancasila in fighting radicalism and separatism. *Jurnal Setia Pancasila*, 3(2), 11–20. <https://doi.org/10.36379/jsp.v3i2.347>
- Patittingi, F., Irwansyah, I., Hasrul, M. ., Arisaputra, M. I., & Yunus, A. (2021). Relasi Negara Dan Agama dalam Peraturan Daerah Bernuansa Syariah: Perspektif Pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1(1), 17–33. <https://doi.org/10.52738/pjk.v1i1.1>
- Putri, F. W., & Dewi, D. A. (2023). Internalisasi nilai Pancasila dalam mata pelajaran Pendidikan Kewarganegaraan. *Rhizome: Jurnal Kajian Ilmu Humaniora*, 3(1), 28–36. <https://doi.org/10.56393/rhizome.v1i9.250>.
- Roky Huzaeni, M. (2022). Kedudukan Hukum Pancasila dan Konstitusi dalam Sistem Ketatanegaraan Indonesia. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 2(1), 114–125. <https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.83>
- Suprayogi, S., Rahmawati, E., Rafi'uddin, H., & Wiratomo, G. H. (2024). Problematika antara internalisasi dan indoktrinasi nilai Pancasila dalam pembelajaran Pendidikan Kewarganegaraan. *Jurnal Moral Kemasyarakatan*, 9(1), 98–106. <https://doi.org/10.21067/jmk.v9i1.10347>
- Simons, G. (2020). Political marketing and the marketing of public policy: The case of the Swedish NATO debate and the UK Syria vote. *Journal of Political Marketing*, 19(1-2), 1–28. <https://doi.org/10.1080/15377857.2020.1724426>.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2017). *Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2017 tentang Sistem Perbukuan*. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/37640/uu-no-3-tahun-2017>.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2022). *Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2022 tentang perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2021 tentang Standar Nasional Pendidikan*. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/196151/pp-no-4-tahun-2022>.
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. (2023). *Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 026.C/H/P/2023 tentang penetapan buku teks utama (BTU) Pendidikan Pancasila untuk jenjang pendidikan dasar dan pendidikan menengah pada satuan pendidikan pelaksana implementasi Kurikulum Merdeka*. <https://jdih.kemdikbud.go.id>.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Thompson, K. (Ed.). (2004). *Readings from Emile Durkheim (Rev. ed.)*. Routledge.
- Widiatmaka, P. (2021). Pendidikan Kewarganegaraan sebagai Ujung Tombak Pembangunan Karakter Pancasila Di Perguruan Tinggi. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1(2), 176–185. <https://doi.org/10.52738/pjk.v1i2.41>