

komunikasi politik

by Dafis Ubaidillah

Submission date: 31-May-2021 08:13AM (UTC+0700)

Submission ID: 1597415816

File name: Strategi_Komunikasi_Politik_Tim_Kampanye_Daerah_DAFIS.docx (64.05K)

Word count: 7064

Character count: 43060

31
**Strategi Komunikasi Politik Tim Kampanye Daerah (TKD) Ir. Joko Widodo – K.H. Prof.
Ma'ruf Amin Provinsi Jawa Timur Dalam Pemenangan PILPRES 2019**

Dafis Ubaidillah Assiddiq,
Dewi Ambarwati
Department of Government Science, UNIRA Malang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membahas bagaimana Tim Kampanye Daerah (TKD) Ir. Joko Widodo – K.H. Ma'ruf Amin Provinsi Jawa Timur dalam menyusun Strategi apa yang dilakukan oleh TKD Jawa Timur dana pejabat daerah, jaringan Relawan Jokowi serta para kyai dan tokoh politik Jawa Timur untuk memenangkan Paslon No 1. Dalam penelitian ini beberapa nara sumber menyatakan bahwa peran seluruh elemen masyarakat dan tokoh dan para kyai dan dalam pemilihan presiden pada tahun 2019 ini begitu sangat kompak dan efektif, terlebih dengan banyak isu Suku Ras dan Agama yang digunakan untuk menyerang incumbent Joko Widodo. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan metode studi kasus, dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara dan dokumentasi. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan Strategi Tim Kampanye Daerah Jawa Timur Joko Widodo – K.H. Ma'ruf Amin dan Relawan Jokowi saat pemilihan Presiden, oleh sebab itu strategi TKD Jatim menjadi penentu (*opinion leader*) untuk menentukan *vote Getter* dan menjadi mediator politik ke berbagai pihak yang mempunyai peranan penting untuk meningkatkan suara di Jawa timur.

Kata Kunci : Tim Kampanye Daerah, Strategi Politik, Pemilihan Presiden

Abstract

This study aims to discuss how the Regional Campaign Team (TKD) Ir. Joko Widodo - KH. Ma'ruf Amin of East Java Province in formulating the strategy of the East Java TKD funds of local officials, Jokowi's volunteer network and East Java kyais and political figures to win the Candidate Candidate No.1. In this study several resource persons stated that the role of all elements of society and figures and clerics and in the 2019 presidential election were very compact and effective, especially with many issues of ethnicity, race and religion, which were used to attack incumbent Joko Widodo. This type of research uses descriptive qualitative methods and case study methods, with data collection techniques, namely interviews and documentation. The purpose of this research is to describe the Strategy of the East Java Regional Campaign Team Joko Widodo - KH. Ma'ruf Amin and Jokowi Volunteers during the Presidential election, therefore the East Java TKD strategy is an opinion leader to determine the Getter vote and become a political mediator to various parties who have an important role to increase votes in East Java.

Keywords: Regional Campaign Team, Political Strategy, Presidential Election

I. Pendahuluan

Indonesia telah melakukan PEMILU yang ke empat pasca reformasi, kali ini Pesta demokrasi pada tahun 2019 dilakukan secara serentak, Pemilihan Legislatif (PILEG) dan Pemilihan Presiden (Pilpres) Republik Indonesia, Pilpres 2019 diikuti oleh Tiga belas (13) Partai Politik dengan dua Calon Presiden dan Wapres. Dengan komposisi dimana paslon Nomer 01, Ir. Joko Widodo – KH. Ma'ruf Amin didukung oleh 9 partai diantaranya ; PDI-P, PKB, Nasdem, Golkar, PPP, PKPI, HANURA, PKPI dan PSI, dan Pada Paslon 02 Prabowo Subianto – Sandiaga Uno didukung oleh empat (4) Partai; diantaranya GERINDRA, PKS, PAN dan Demokrat.

Komisi Pemilihan Umum (KPU) pada tanggal 22 Mei 2019 secara resmi mengumumkan hasil rekapitulasi Pemilihan Presiden secara Nasional, dengan hasil perolehan 55 % suara diperoleh oleh Joko Widodo – KH. Ma'ruf Amin dan untuk Prabowo Subianto – Sandiaga Uno memperoleh suara sebesar 44,50 %. Paslon No 1 Joko Widodo & KH. Ma'ruf Amin memperoleh suara terbanyak, suara terbanyak paslon no 01 diperoleh dari provinsi Jawa Tengah sebesar 16.825.511 dan suara terbanyak kedua diperoleh dari Provinsi Jawa Timur sebesar 16.231.668. Untuk mendapatkan suara yang maksimal merupakan serangkaian upaya dari Tim kampanye Daerah yang memiliki tujuan yang sama yaitu memenangkan pasangan Joko Widodo dan Kh. Maruf Amin dalam pemilihan Presiden 2019. Sesuatu yang menarik untuk dibahas adalah mengenai Strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh Tim Kampanye Daerah (TKD) yang dilakukan untuk menarik suara dari masyarakat.

Tim Kampanye Daerah Joko Widodo – KH. Ma'ruf Amin Wilayah Jawa Timur Mengajak seluruh komponen-komponen penting diantaranya para Kyai, Relawan dan Partai Koalisi untuk turut bersama-sama memenangkan Paslon No 1 Joko Widodo – KH. Ma'ruf Amin. Isu yang menarik dalam pertarungan Pilpres 2019 adalah dimana sebelum dilakukannya hari pencoblosan atau pemungutan suara pada tanggal 17 April 2019 yang mana calon presiden yang juga merupakan petahana (*incumbent*), Joko Widodo diserang dengan berbagai banyak isu Suku, Ras, dan Agama (SARA). Diantaranya adalah Presiden Anti Islam. Presiden Antek Cina, Presiden Komunis, Presiden yang telah melakukan kriminalisasi terhadap ulama, kemudian banyaknya tenaga kerja Asing yang masuk di Indonesia, yang dilakukan secara intens dan sangat massif oleh pihak tertentu.

II. Tinjauan Pustaka

A. Komunikasi Politik

Definisi komunikasi politik menurut Norris (2004) merupakan rangkaian proses interaktif yang mengenai penyebaran informasi antara para politisi, media berita dan publik. Dimana proses tersebut bekerja dari atas ke bawah yaitu dari institusi ke warga secara horisontal yang akan menghubungkan para aktor politik, dan juga bekerja dari bawah ke atas yakni dari opini publik ke penguasa.

Komunikasi politik menurut Dahlan (dalam Cangara, 2009:35) adalah sebuah proses pengoperasian lambang-lambang atau simbol-simbol komunikasi yang berisi pesan-pesan politik dari seseorang atau kelompok kepada orang lain dengan tujuan untuk membuka wawasan atau cara berfikir, serta mempengaruhi sikap dan tingkah laku khalayak yang menjadi target politik.

Merujuk pada Dan Nimmo yang dikutip oleh Harsono Suwardi, terdapat 2 artian dari komunikasi politik, yaitu arti luas dan arti sempit. Arti sempit yang meliputi komunikasi politik ini sebagai suatu komunikasi yang dikategorikan mempunyai nilai atau bobot politik, apabila komunikasi yang dimaksud mempunyai konsekuensi atau akibat politik yang mengatur tingkah laku manusia dibawah kondisi pertentangan (konflik). Sedangkan dalam arti luasnya, komunikasi politik setiap jenis penyampaian pesan, khususnya yang bermuatan politik dari suatu sumber ke sejumlah penerima.

B. Kampanye Sebagai Strategi Komunikasi Politik

Strategi Komunikasi Politik merupakan tentang bagaimana proses komunikasi yang terjadi di dalam pemenangan di satu pertarungan politik oleh partai politik, atau secara langsung, oleh seorang calon legislatif atau calon pemimpin daerah, dan pemimpin negara yang menghendaki kekuasaan dan pengaruh sebesar-besarnya ditengah-tengah masyarakat sebagai konstituennya (Zein, 2008).

Ada dua bentuk strategi komunikasi politik, yaitu : Pertama, strategi komunikasi politik yang cenderung mengambil posisi horisontal. Dalam hal ini posisi antara komunikator politik dan masyarakat sebagai komunikan relatif seimbang sehingga terjadi pemberian dan penerimaan informasi, bentuk strategi semacam ini merupakan refleksi nilai-nilai demokratis. Kedua, strategi komunikasi politik yang cenderung membentuk pola linier. Arus komunikasi

satu arah cenderung vertikal (*top-down*). Bentuk seperti ini merefleksikan nilai-nilai budaya feodalistik dan kepemimpinan otoriter (Zein, 2008)

Strategi Komunikasi memiliki fungsi ganda. Pertama, untuk menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang maksimal. Sedangkan fungsi yang kedua adalah untuk menjembatani kesenjangan budaya akibat kemudahan diperolehnya dan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya (Effendy, 2002).

Kampanye Politik salah satu bentuk penting dari strategi komunikasi politik dalam saat pemilihan umum. karena Menurut Imawan (dalam Cangara, 2014) dalam kampanye politik ini meliputi kegiatan individual atau kelompok untuk mempengaruhi atau upaya mempengaruhi orang lain agar satu pemahaman dan mau bergabung memberikan dukungan kepada mereka dalam suatu pemilihan umum.

Rogers dan Storey (1987) (dalam Venus 2004) mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian kegiatan komunikasi yang terorganisasi dengan tujuan untuk menciptakan dampak tertentu terhadap sebagian besar khalayak sasaran secara berkelanjutan dalam periode waktu tertentu. Sedangkan Pfau dan Parrot (1993) (dalam Venus 2004) mendefinisikan kampanye sebagai kegiatan yang dilakukan secara sadar untuk menunjang dan meningkatkan proses pelaksanaan yang terencana pada periode tertentu yang bertujuan mempengaruhi khalayak tertentu.

Synder (2002) (dalam Venus 2004) mengartikan sebuah kampanye komunikasi merupakan aktivitas komunikasi yang terorganisasi, secara langsung ditujukan kepada khalayak tertentu, pada periode waktu yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan tertentu. dan berdasarkan definisi yang dikemukakan oleh para ahli diatas, Venus (2004) mengidentifikasi bahwa aktivitas kampanye paling tidak mengandung empat hal yakni, pertama ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu, kedua ditujukan kepada jumlah khalayak sasaran yang besar, ketiga dipusatkan dalam kurun waktu tertentu, dan yang keempat dilakukan melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi.

Untuk menganalisa Strategi Komunikasi politik tim kampanye daerah Jawa Timur Joko Widodo dan KH. Ma'ruf amin, Penulis menggunakan model of political marketing dari Newman (1994). Model ini menggambarkan bagaimana Tim sukses dari kandidat tertentu

dapat menggunakan berbagai alat pemasaran. Kala itu model ini diterapkan pada saat kampanye pemilihan presiden calon kandidat Bill Clinton di negara Amerika Serikat pada tahun 1992. Di saat itu Newman juga berpendapat bahwa dengan membangun kampanye yang berorientasi pasar dengan kata lain menyerahkan diri kepada keinginan dan kebutuhan masyarakat dan mengesampingkan keinginan pribadi maka penyampaian pesan lebih efektif oleh karena itu akan mempermudah membangun bingkai komunikasi politik.

6

The Marketing Campaign

1. *Market (voter) segmentation-to: (a) assess voter needs*
(b) profile voters
(c) identify voter segments
2. *Candidate positioning:*
(a) assess candidate strengths and weaknesses
(b) assess competition
(c) target segments
(d) establish image
3. *Strategy formulation and implementation:*
(a) The 4Ps (Product (campaign platform); Push marketing (grass roots efforts); pull marketing (mass media); polling (research)).
(b) Organisation development and control

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Dimana Menurut Bogdan dan Taylor (Moelong, 2011:4) mendefinisikan kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Lincoln dan Guba (Moelong, 2011:8) menguraikan sepuluh karakteristik dari pendekatan kualitatif, satu diantaranya adalah deskriptif, deskriptif ini yang dimaksud adalah data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka. Ini disebabkan karena penerapan kualitatif, sehingga semua yang ditemukan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti.

Penelitian ini juga menggunakan metode studi kasus. Menurut Robert K. Yin (2011:2) metode studi kasus digunakan untuk menjelaskan bagaimana keberadaan dan kenapa sebuah kasus itu terjadi. Oleh karena itu bukan hanya sekedar menjawab pertanyaan penelitian tentang apa (*what*) obyek yang diteliti, tetapi juga menjawab dari keseluruhan tentang bagaimana (*how*) dan kenapa (*why*). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian studi kasus, dikarenakan peneliti ingin mengetahui lebih mendalam mengenai peran strategi komunikasi politik tim kampanye daerah wilayah Jawa Timur Joko Widodo dan KH. Ma'ruf Amin pada pemilihan presiden 2019.

Seperti yang dikemukakan oleh para ahli diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa penelitian deskriptif kualitatif adalah proses dengan sifat terstruktur guna memperoleh data yang dimana laporan penelitian tersebut akan berisikan kutipan- kutipan data untuk memberikan sebuah gambaran mengenai strategi komunikasi politik tim kampanye daerah Jawa Timur Joko Widodo dan KH. Ma'ruf Amin pada pemilihan presiden 2019.

3. Implementasi Kampanye TKD Joko Widodo dan KH. Ma'ruf Amin di Jawa Timur

Posisi TKD Jawa Timur dalam pelaksanaan strategi pemenangan dalam meraih suara Nahdliyin adalah sebagai harmonisator. TKD bertugas untuk menjaga harmoni antara JKSN dengan relawan lain agar tidak tumpang tindih. Sementara JKSN sendiri adalah

eksekutor pemenangan dalam hal meraih suara Nahdliyin. Anggota JKSN yang sangat berperan aktif adalah Kiai Asep Saifudin Khalim yang merupakan cucu salah satu pendiri NU (tirto.id, 2019). Kiai Khalim ini yang banyak melakukan komunikasi kepada banyak Kiai untuk ikut melakukan pemenangan 01.

Pada dasarnya peran Kiai Asep ini bukan hanya langsung kepada Kiai-Kiai yang akan menjadi relawan di lapangan, namun juga menjadi komando dari JKD tiap-tiap daerah. Karena sejak JKSN ini ada hanya untuk memenangkan Khofifah – Emil juga Kiai Asep yang banyak berperan. Dari JKD tiap-tiap daerah ini kemudian akan mencoba memengaruhi semua kalangan Kiai yang ada di tiap-tiap daerah untuk melakukan upaya pemenangan. Jika dipetakan menurut Endang Turmudi, setidaknya ada empat jenis Kiai yang disasar oleh JKD. ³⁶ Kiai Pesantren, Kiai Tarekat, Kiai Politik, dan Kiai Panggung. Meskipun ada empat jenis Kiai. Jika diamati seringkali satu Kiai bisa memiliki dua kriteria Kiai sekaligus. Misalnya saja Kiai Asep bukan hanya seorang Kiai Pesantren, namun juga Kiai Politik. Begitu juga dengan Kiai-Kiai lain, banyak yang termasuk Kiai Tarekat sekaligus Kiai Pesantren.

Kiai Pesantren dan Kiai Tarekat inilah yang kemudian banyak disebut sebagai —Kiai Kampung. Kata —Pesantrenl sebenarnya bukan hanya pesantren dalam artian sebenarnya saja. Namun juga Kiai yang ada di musholla, masjid, dan sebagainya. Kiai-Kiai yang berada di pesantren dalam artian sebenarnya, dan di tempat-tempat seperti Mushola dan Masjid itulah yang dianggap lebih memiliki masa yang banyak daripada ulama- ulama yang sering muncul di televisi, sebagaimana banyak digunakan oleh kubu 02.

Dari pengakuan salah satu responden, diketahui bahwa pada awalnya banyak tokoh NU yang merupakan bagian dari Kiai Kampung ini tidak mau bergerak. Namun mereka memberikan setidaknya dua jenis suntikan motivasi. Yang pertama adalah bahwa jika mereka tidak ikut memilih Kiai Ma'ruf Amin dalam pilpres 2019, maka mereka sama saja dengan menginjak-injak kepala NU. Lalu yang kedua, mereka mengajak Kiai Kampung untuk ikut bergerak karena ada kekuatan kelompok Islam Radikal yang ingin berkuasa. Jika Kiai-Kiai tidak mau bergerak, maka ahlussunnah wal jamaah akan terancam, mereka harus bergerak agar ajaran ini tetap lestari di bumi dan tidak kalah dengan kekuatan kelompok radikal yang berada di balik pendukung Prabowo.

Dengan suntikan motivasi yang seperti ini akhirnya tokoh- tokoh NU yang diantaranya merupakan Kiai Kampung bersama- sama bergerak untuk memenangkan 01. Pada mulanya

Kiai-Kiai Kampung ini diajak untuk melakukan berbagai deklarasi pemenangan yang biasanya bertempat di kediaman Kiai Asep. Lalu setelah itu mereka melakukan upaya memengaruhi Nahdliyin melalui panggung-panggung, door to door dan melalui acara di pondok pesantren.

Upaya memengaruhi lewat panggung ini biasanya untuk menyadarkan Nahdliyin agar tidak termakan Hoax utamanya tentang Joko Widodo yang memang selama ini berkembang. Adapun pergerakan melalui pondok pesantren juga masih dalam urusan moral semata. Namun pergerakan yang lebih masif dan intens sebenarnya adalah melalui door to door. Dalam hal ini Kiai- Kiai Kampung berusaha memengaruhi Nahdliyin lewat pertemuan-pertemuan kecil seperti Yasinan, Tahlilan, datang dari rumah ke rumah, atau melalui perbincangan kecil suatu hari. Adapun pesan yang mereka sampaikan dari pertemuan-pertemuan kecil itu adalah memamerkan prestasi Joko Widodo sebagai kandidat. Prestasi yang diceritakan oleh Kiai-Kiai itu banyak didominasi oleh topik pembangunan infrastruktur seperti jalan tol. Lalu mereka juga menceritakan tentang ibadah Joko Widodo. Bagaimana sholatnya, bagaimana dia pergi ke Mekah dan masuk ke dalam Baitullah, lalu membandingkannya dengan Prabowo Subianto. Mereka memancing Nahdliyin untuk mempertanyakan bagaimana ibadah Prabowo. Selain itu, mereka juga menyebarkan nuansa ketakutan dimana ada kekuatan Islam Radikal dibalik pendukung Prabowo Subianto. Kekuatan Islam Radikal ini berasal dari kelompok HTI yang ingin mengganti negara Indonesia menjadi Khilafah. Sedikit banyak Kiai-Kiai ini ingin mengidentikkan semua pendukung Prabowo sebagai kelompok intoleran, Islam Radikal.

Penggerak utama di lapangan yang menysasar langsung Nahdliyin dari kalangan akar rumput bukan hanya dari keempat jenis Kiai yang telah disebutkan tersebut. Melainkan juga dari pergerakan santri. Santri ini diantaranya banyak yang memiliki status generasi milenial. Santri-santri ini bergerak untuk upaya pemenangan dengan melakukan pendekatan melalui perbincangan-perbincangan kecil sehari-hari. Sehingga tidak nampak bahwa mereka sedang melakukan kampanye. Sementara itu, mantan santri juga digunakan untuk melakukan upaya pemenangan dengan memainkan posisi yang sedang mereka peroleh setelah menjadi mantan santri. Yang perlu dicatat di sini adalah, bahwa yang disebut santri itu bukan hanya orang yang sedang belajar di pondok pesantren, namun juga orang-orang yang menjadi pengusaha dan posisi lain yang belajar atau mematuhi Kiai-Kiai NU. Dengan demikian, Kiai

bisa menggunakan pengaruhnya agar santri yang berstatus sebagai pengusaha itu bisa menggunakan jaringannya untuk upaya pemenangan.

Selain peran Kiai-Kiai yang sedemikian rupa, dalam dinamikanya Khofifah Indar Parawansa yang menjadi Gubernur Jawa Timur terpilih juga memiliki peran yang strategis. Dari sekian banyak jenis Nahdliyin, salah satu diantaranya adalah muslimat. Kelompok ini yang kemudian banyak digerakkan oleh Khofifah. Dia selalu ada di barisan depan setiap ada penggerakan muslimat. Pada dasarnya memang pihak JKSN lebih suka menggerakkan kelompok perempuan daripada laki-laki. Karena kelompok perempuan dinilai lebih mudah dikumpulkan daripada laki—laki karena terhalang waktu bekerja. Selain itu, kelompok perempuan ini dinilai lebih kompak dan bisa diajak bekerja sama. Dengan demikian, kelompok ini bisa diajak untuk bersama-sama melakukan upaya pemenangan di lapangan tanpa mengharapkan imbalan. Ada banyak hambatan yang kemudian mereka alami selama proses pemenangan. Misalnya saja Khofifah yang semula memiliki andil besar untuk menggerakkan muslimat, harus terhambat karena dia dilantik di kemudian hari. Pelantikan sebagai gubernur ini kemudian bukan⁴² hanya membatasi pergerakannya saja, namun juga dana yang selama ini dikeluarkannya. Selain itu di beberapa tempat di Jawa Timur JKSN dan para Kiai gagal untuk memenangkan 01. Daerah yang gagal mereka yakinkan untuk memilih 01 adalah Sampang, Sumenep, Pamekasan, Pacitan dan Bondowoso. Mereka masih belum memastikan secara detail apa penyebab kegagalan mereka di Sampang dan Sumenep. Namun yang jelas memang sejak 2014 daerah ini memang menjadi basis Prabowo Subianto. Sementara di Pamekasan, penyebab kegagalan JKSN dan para Kiai adalah karena Kiai-Kiai besar yang ada di sana banyak yang ke 02. Karena meskipun mereka bergabung dengan NU, mereka juga bergabung dengan FPI yang sudah jelas memilih 02, dan itu juga sudah sedemikian rupa sejak pilpres 2014.

Sementara di daerah Pacitan dan Bondowoso, JKSN dan Kiai gagal untuk memengaruhi masyarakat agar memilih 01 karena masyarakat di sana banyak tidak melirik 01 namun melirik SBY (Demokrat), dan pada saat itu Demokrat adalah bagian dari koalisi Prabowo Subianto, sehingga otomatis mereka memilih 02. Kiai/Ulama/Tokoh agama adalah satu dari sebagian yang masuk pada formula dan penerapan strategi yang dilakukan oleh TKD, selain ibu-ibu muslimat, masyarakat santri, golongan millennial dan pengusaha.

Kiai/Ulama/Tokoh agama adalah unsur utama bersama TKD Jawa Timur untuk memenangkan Jokowi dan Kiai Ma'ruf di Jawa timur, tetapi ada satu bagian yang masuk pada implementasi dan formula pada penerapan strategi yang dilakukan oleh TKD, selain ibu-ibu muslimat, masyarakat santri, golongan millennial dan pengusaha, dan lain sebagainya, terdapat formasi dimana politikus dan/Kepala Daerah di Kota/Kabupaten dan provinsi menjadi anggota Tim Kampanye Joko Widodo dan KH. Ma'ruf Amin. dapat dilihat pada tabel berikut :

No	KABUPATEN/KOTA	NAMA KEPALA DAERAH	PARTAI
1.	Kota Surabaya	Tri Rismaharini	PDI-P
2	Sidoarjo	Saifull Illah	PKB
3	Kab. Pasuruan	H.M Irsyad Yusuf	PKB
4	Kota Pasuruan	Raharti Teno	PDI-P,PKB
5	Kab. Probolinggo	H. Puput Tantriana	PDI-P
6	Kota Probolinggo	Habib Hadi Adi Zainal	PDI-P,PKB
7	Situbondo	H. Dadang Wigiarto	PKB,Nasdem
8	Bondowoso	KH. Salwa Arfin	PDIP, PPP
9	Banyuwangi	Abd. Azwar Anas	PDIP
10	Jember	Dr. Hj. Faida	PDIP,Nasdem,Hanura
11	Lumajang	H. Thoriqul Haq,	PKB
12	Kab. Malang	H. Sanusi	PKB
13	Kota Malang	Ir. Sofyan Edi	PDIP
14	Batu	Hj. Dewanti R	PDIP
15	Kota Blitar	Drs. Santoso	PDIP
16	Kab. Blitar	Drs. Rijanto	PDIP
17	Tulungagung	Maryoto Birowo	PDIP
18	Kab Kediri	Dr. Haryanti	PDIP PKB
19	Kota Kediri	Ws. Renny P	PDIP
20	Trenggalek	M. Nur Arifin	PDIP
21	Pacitan	Madiyanto	PDIP, Hanura

22	Magetan	Karmini	PDIP
23	Ponorogo	Drs. Ipong M	Nasdem
24	Ngawi	Ir. H. budi Sulistyono	PDIP
25	Kab. Mojokerto	H. Pungkasiadi	PDIP,PKB
26	Kota Mojokerto	Ika Puspitasari	Golkar,
27	Jombang	Hj. Munjidah Wahab	PPP, PDIP
28	Nganjuk	H. Novi Rahman	PKB
29	Kab Madiun	H. Muhtarom	PKB
30	Kota Madiun	Drs. H. Maudi	PDIP,PKB,PPP
31	Bojonegoro	Dr. Hj. Anna Muawamah	PKB, PDIP
32	Tuban	H. Fatkhul Huda	PKB
33	Lamongan	Hj. Kartika	PKB
34	Gresik	Dr. Ir. Sambari	PKB
35	Bangkalan	RKH. Abdul Latif Imron	Gerindra, Golkar PPP
36	Sampang	Kombes. Pol. Fadhillah Budi	PPP
37	Pamekasan	H. Badrut Tamam	PKB, PAN
38	Sumenep	KH. Abuya Busyro Karim	PKB,PDIP

Tabel 2. Jajaran politikus dan Kepala Daerah Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Timur sebagai Koordinator Wilayah dalam Tim Kampanye Nasional (TKN) Jokowi-Ma'ruf Amin **Sumber:** Dokumen Resmi TKD Jawa Timur Diolah Peneliti, 2019

Jika dilihat pada tabel diatas dalam susunan Tim Kampanye Daerah **Joko Widodo** dan **Kiai Ma'ruf Amin** Derah **Jawa Timur** terdapat hal unik dimana pada divisi jajaran korwil (koordinator wilayah) diisi oleh para politisi dan/Kepala Daerah di hampir seluruh provinsi di Jawa Timur dari 38 Kabupaten/Kota, dimana kepala daerah ini juga bergabung pada partai yang mendukung koalisi Jokowi dan **Kiai Ma'ruf** pada pemilihan presiden 2019, dimana koalisi itu diisi oleh sembilan parpol, yaitu enam partai parlemen (PDI-P, PKB, HANURA, NASDEM, GOLKAR dan PPP) dan tiga non-parlemen (PSI, PERINDO DAN PKPI). Keberadaan para kepala daerah ini dirasa mampu mendongkrak **suara Jokowi dan Kiai Ma'ruf Amin** di **Jawa Timur ini** adalah hal yang mudah dilakukan untuk meraih kemenangan di Jawa Timur, tapi hanya menjadi sebuah

jalan pintas untuk meraih kemenangan, karena jabatan yang mereka miliki harus membuat mereka berdiri diatas banyak pihak, dan figur kandidat tetap menjadi pertimbangan utama bagi konstituen untuk menentukan arah pilihan mereka.

Berpedoman pada Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 pasal 281 sebagai dasar hukum mengenai kepala daerah atau wakil kepala daerah bisa menjadi juru kampanye atau anggota tim sukses bagi calon presiden dan calon wakil presiden tertentu. Dalam undang-undang juga telah diatur mengenai kepala daerah yang boleh melakukan kampanye dengan persyaratan mengajukan perizinan terlebih dahulu, dan boleh melakukan kampanye di hari libur. Hal ini juga memiliki pertimbangan, dimana kepala daerah ini dalam berkampanye tidak bisa menggunakan fasilitas negara, dengan pengecualian dimana bisa menggunakan fasilitas pengamanan bagi pejabat negara. Kepala Daerah juga diwajibkan mengambil cuti dalam masa kampanye sebagaimana yang tercantum dalam pasal 60, 64, serta 281 UU tentang pemilu. Apabila dilihat pada peraturan KPU No. 23 tahun 2018, pasal 62 menyebutkan bahwa jajaran Menteri dan Kepala daerah yang terlibat sebagai anggota Tim Kampanye dan/atau Pelaksana Kampanye dapat diberikan cuti di luar tanggungan negara.

Dalam Pasal 63 disebutkan bahwa kepala daerah dilarang menjadi Ketua Tim Kampanye. Pada Partai Koalisi dapat dikatakan Jokowi dan Kiai Ma'ruf unggul dari pasangan Prabowo-Sandi. Setiap partai dalam koalisi pasti memiliki tujuan masing-masing, tapi pada saat mendekati pemilu dan di hari H partai-partai ini dibawah komando TKN. Setiap partai masing-masing memiliki target sendiri. Para kepala daerah ini lah yang menjadi perpanjangan tangan dari tiap-tiap partai mereka di tingkat kabupaten/kota. Satu dari sekian kepala daerah di Jawa Timur yang secara terang-terangan yaitu bupati Jember Hj. Faida dan Wakil bupatinya A. Muqit Arief, mengajukan izin cuti untuk mengikuti kegiatan kampanye terbuka yang dihadiri langsung oleh Presiden Joko Widodo di Stadion Jember Sport Garden, Kabupaten Jember.

Dalam Pemenangan Joko Widodo dan Kiai Ma'ruf Di Jawa Timur dua elemen penting yang utama dan terbesar adalah TKD Jawa Timur dan JKSN dan diiringi dengan tim relawan lainnya. dapat dikatan di Jawa Timur semua berada dalam satu komando TKD Jawa Timur Jokowi- Kiai Ma'ruf.

“TKD bisa dibilang sebagai media pandampingnya saja. tapi yang berperan itu sesungguhnya tokoh masyarakat yang dipelopori oleh kiai- kiai NU. TKD ini kan kampanye formal, meskipun dia formal dia tetap bekerjasama dengan kalangan dan

seluruh elemen, baik NU maupun yang kelompok-kelompok lain, seperti Muhammadiyah juga.” (sumber:wawancara dengan Otman Ralibi)

21

Seperti yang sudah peneliti uraikan diatas bahwa dengan adanya KH. Ma'rif Amin sebagai wakil presiden Jokowi, Maka membuat NU di Jawa Timur memiliki porsi dan peranan yang besar dalam berkampanye. TKD menggandeng para Tokoh NU, sehingga para Kiai-kiai di Jawa Timur masuk dalam strategi komunikasi politik TKD untuk memenangkan Jokowi di Provinsi Jawa Timur.

“Termasuk kelompok-kelompok yang dalam tanda petik itu dianggap garis keras itu tetap didekati walaupun mereka tetap kekeh dengan pendiriannya. mereka dengan dasar agama yang berbeda dengan NU atau kita sebut saja radikal dibanding yang kultural dan modernis itulah kelompok-kelompok NU. Ini adalah kelompok-kelompok yang sudah jelas pilihannya satu ke Prabowo satu ke Jokowi.” “Jadi tidak ada yang bisa megubah ini kedaannya. tapi TKD tetap melakukan pendekatan ke-dua kelompok ini. walaupun akhirnya mereka tidak merubah pilihannya yasudah, dan diharap mereka tidak menentang hasilnya.” (sumber :wawancara dengan Otman Ralibi)

Sebelumnya peneliti telah menguraikan mengenai TKD yang tidak menyertakan tokoh agama dan Kiai yang memiliki ideologi dan islam radikal. Namun disampaikan kembali oleh Otman Ralibi, bahwa TKD Jawa Timur melakuka pendekatan dan komunikasi dengan kelompok dan tokoh agama seperti itu dengan tujuan untuk mengkomunikasikan bahwa apapun hasilnya mereka tidak melakukan pertentangan, dan menghormati hasil keputusan yang ada.

—Itu yang kita lakukan di Sampang Kemaren, Kiai Alawi jelas-jelas prabowo. Tapi kita tetap datang kepada mereka. Kita tidak secara langsung meminta keberpihakannya kepada kita, tapi paling tidak kita datang setidaknya-tidaknya ada komunikasi dengan mereka. Sehingga kalau toh mereka memilih prabowo ya gapapa, tapi kalau nanti Jokowi yang menang, diharap mereka tidak menentang hasilnya. Sebagaimana kita mulai melihat sekarang, ada upaya penentangan.” (sumber:wawancara dengan Otman Ralibi)

Sikap Toleransi dari TKD untuk mempersilahkan masyarakat lain, bahkan tokoh agama sekalipun untuk menjatuhkan pilihan kepada Prabowo-Sandi terbuka lebar, hanya saja mereka diharap tidak menentang hasil dari KPU. Seperti yang diketahui penentangan dan aksi protes mengenai kemenangan Jokowi dan Kiai Ma'rif terjadi

dengan Tuduhan kecurangan. Di Jawa Timur memang ada penentangan yang terjadi di kota Malang dan Batu . Dimana Saksi dari Prabowo- Sandi tidak berkenan menandatangani dan mengaku menjalankan instruksi dari partai. Hal tersebut juga terjadi di Kabupaten Ngawi. Melihat kemenangan Jokowi di Jawa Timur yang unggul di 26 daerah di Jawa Timur, merupakan andil dari para Kiai dan tokoh agama dalam mengkampanyekan Jokowi dan Kiai Ma'ruf.

13
“*Saya melihat peran tokoh agama kali ini jauh luar biasa. dan mungkin menjadi salah satu aktor yang menyebabkan partisipasi masyarakat dalam pemilihan itu meningkat jauh lebih besar dari tahun sebelumnya, itu karena salah satu peran tokoh agama menghimbau mereka untuk memberikan hak suaranya dan memenangkan Jokowi dan Kiai Ma'ruf.*” (sumber :wawancara dengan Otman Ralibi)

Ketokohan Kiai sebagai mediator politik tidak hanya sekedar mendongkrak suara Jokowi di Jawa Timur, menurut Otman Ralibi selaku Responden, menyatakan bahwa andil dari tokoh agama ini juga meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilihan dari tahun sebelumnya. Menurut KPU Provinsi Jawa Timur Pemilih di Jawa Timur pada pemilihan umum 2019 naik sebesar 5 Juta Jiwa dari Pemilihan Gubernur 2018.

—*Semua tokoh agama baik itu muslim, Kristen, Konghucu, dll. ternyata seperti para pendeta tokoh agama umat kristiani juga berperan penting memenangkan pak Jokowi. Jadi ada pertemuan lintas agama disini, dan itu kan dari berbagai tokoh-tokoh agama disini, budha, hindhu, katolik, Kristen, Islam.*” (sumber :wawancara dengan Otman Ralibi)

Bentuk Kerjasama TKD dengan para Kiai tidak berhenti sampai disitu saja. tapi hingga Lintas agama. Para pemimpin umat seperti para Pendeta juga turut berperan memenangkan Jokowi dan Kiai Ma'ruf.

“*Betul, secara teran-terangan itu mereka menghimbau. tidak lagi sembunyi-sembunyi pakai isyarat, mereka mengajak jamaahnya untuk memilih Jokowi, dan begitu juga pihak sebelah tidak pakai basa-basi untuk mnerukan memilih Prabowo-Sandi. Peran dari tokoh agama itu terlihat untuk memenangkan Jokowi-Kiai Ma'ruf, sangat luar biasa.*” (sumber :wawancara dengan Otman Ralibi)

Para Tokoh agama tersebut sudah secara terbuka ¹ memberikan dukungan kepada Jokowi dan kiai ma'ruf . dan mereka juga secara terbuka menghimbau para jamaahnya untuk memilih Jokowi di tanggal 17 april. hal ini berlaku bagi tokoh agama manapun, baik itu Islam, Kristen, Katholik, Hindu, Buddha, dll. TKD merasakan peran tokoh agama sangat luar biasa di momen pilpres kali ini.

“Salah satunya pengajian dakwah seperti yang biasa dilakukan. memang ada aturan kampanye yang melarang mereka untuk kampanye di Masjid. tapi kalau pengajian di luar masjid, seperti di rumah atau ditempat-tempat tertentu yang bukan masjid atau mereka melakukan dengan kelompok-kelompok pertemuan kecil atau yang tidak selalu dengan pengajian, atau pertemuan-pertemuan tertentu yang bersifat kerohanian.” “untuk para tokoh agama lain juga sama, tempat ibadah jelas tidak bisa, tetapi kan pertemuan-pertemuan itu kan tidak dilarang yang penting kan tidak ditempat ibadah. Bisa jadi dengan percakapan- percakapan kecil personal dengan tokoh agama lain. dan itu terjadi.” (sumber :wawancara dengan Otman Ralibi)

Apabila dilihat pada pernyataan Otman Ralibi, para tokoh agama ini tidak menyerukan untuk memilih Jokowi di dalam masjid. Karena tempat ibadah dilarang dipergunakan untuk berkampanye seperti yang ¹¹ telah diatur pada pasal 280 ayat 1 huruf f Undang-Undang nomor 7 tahun 2017 tentang pemilu yang berbunyi, —pelaksanaan, peserta dan tim kampanye pemilu dilarang: menggunakan fasilitas pemerintah, tempat ibadah, dan tempat pendidikan.1 sehingga pertemuan tersebut dilakukan dengan pertemuan kecil seperti di rumah, dengan menyampaikan untuk mencari kebenaran dan tidak termakan berita bohong.

—Di tiap kabupaten/kota di Jawa Timur menggunakan Kiai Lokalnya sendiri-sendiri. Tidak ada, tapi kan di setiap kabupaten/kota ada kiai, tokoh-tokohnya pasti ada seperti Pasuruan ,Probolinggo, Bondowoso, Situbondo, Jember, Kediri, semua ada. kalau di Pasuruan seperti Kiai Nawawi, Kiai yang juga mendeklarasikan Jokowi dan Kiai Ma'ruf. Kiai Anwar di lirboyo itu juga mengeluarkan fatwa, Kiai Marzuki juga ke 01, beliau juga menjabat sebagai ketua PWNNU. Kalau di Madura juga ada Kiai NU yang ke 01, seperti Kiai Ja'far di Sampang dan Kiai Taufiq di Sumenep” (sumber :wawancara dengan Otman Ralibi)

TKD Jawa Timur tidak memiliki kriteria khusus mengenai Kiai yang mereka gandeng, sama seperti JKSN. dan pada intinya mereka memanfaatkan Kiai-kiai lokal yang ada di kabupaten/kota yang ada di Jawa Timur. Karena dengan menggunakan kiai lokal akan dirasa lebih efektif, karena instruksi, himbauan yang diberikan dapat di terima langsung oleh masyarakat. Dan para Kiai ini akan lebih paham bagaimana karakteristik masyarakat yang ada disekitarnya. Walaupun di Madura adalah Lumbung bagi Prabowo dan Sadi, tapi terdapat Kiai NU yang Dukung Jokowi.

“Betul itulah tokoh-tokoh politik, tokoh agama, Kiai, Tokoh Birokrasi sangat membantu. Tokoh-Tokoh Politik saya Kira banyak sekali sebagai ketua partai politik, calon anggota legislatf, bupati/walikota, dan seperti ibu Khofifah yang mengarahkan JKSN, tokoh-tokoh ini berperan penting.” (sumber :wawancara dengan Otman Ralibi)

Tidak hanya dengan para tokoh Agama, TKD juga bersama para politikus. Dalam struktur Tim Kampanye Jokowi terdapat 38 kepala daerah di Jawa Timur yang menjadi tim pemenangan Jokowi, masuk pada jajaran koordinator di tiap-tiap wilayah. Dengan menggandeng Kiai di Jawa Timur tanpa ada kriteri-kriteria tertentu.

“Kita koordinasi dengan semua relawan, JKSN kan termasuk relawan yang dibentuk bu Khofifah, harapan kita memang tentu saja membantu memenangkan Jokowi dan Kiai Ma”ruf. Dan bentuk kerja samanya mereka bisa menjadi saksi di tiap kecamatan. Untuk relawan selain JKSN ada BaGuss, Projo, Rejo, barajepe, cakra, bravo5. Bentuk koordinasinya dengan mereka ini untuk menyebarkan alat peraga kampanye.” (sumber :wawancara dengan Otman Ralibi)

TKD juga bekerjasama dengan JKSN, dengan bentuk koordinasi untuk memaksimalkan kampanye Jokowi di daerah- daerah di Jawa Timur. Kerjasama itu juga berupa penempatan saksi di kecamatan saat penghitungan suara oleh relawan JKSN.

“kita keliling Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa barat. memang sebelum Bu Khofifah dilantik, beliau selalu ada di depan, karena memang saya lihat beliau ini juga punya magnet yang luar biasa. Apalagi kalau ada acara muslimat dan ada Bu Khofifah itu past

ramai dan antusias. Bukan hanya di Jawa Timur, di Lampung sekitar 10.000 massa itu satu lapangan penuh dan gubernurnya juga datang, makanya di Lampung menang.” (Sumber : wawancara KH. Roziqi)

¹ JKSJN dengan memaksimalkan jaringannya, dan tidak hanya memaksimalkan suara Jokowi-Kiai Ma’ruf Amin di Jawa Timur, tetapi juga hingga di luar Jawa Timur, dan berjalan bersama Kepala Daerah setempat yang sudah mengetahui bagaimana karakteristik masyarakatnya.

—Hambatan tentu ada, seperti mendapat perlawanan juga dari pihak mereka. Seperti yang terjadi pada Kiai Ma’ruf Amin di Pamekasan, di halang-halangi.” (sumber :wawancara dengan Otman Ralibi)

Dalam setiap strategi tentu menemui hambatan, namun hambatan ini langsung diterima oleh Kiai Ma’ruf Amin. yang jalannya dicegah di Pamekasan. Pamekasan daerah paling ujung utara daerah Madura yang juga lumbung Prabowo-Sandi, sehingga Kiai Ma’ruf kurang diterima di saat itu.

“Model kampanye itu memang ada secara teorinya, tapi untuk yang kita lakukan itu kita lebih fleksibel. Bentuk-bentuk kampanye para Kiai ini diserahkan kepada para Kiai. Kita tidak memaksa harus begini, begitu, tidak. Serahkan saja kepada mereka. dan para relawan juga melakukan sesuai dengan cara mereka sendiri. ya silahkan.” (sumber:wawancara dengan Otman Ralibi)

TKD sendiri tidak memiliki strategi kampanye khusus bagi para Kiai. Karena para Kiai memiliki cara sendiri untuk melakukan pendekatan masyarakat. dapat berupa dakwah, dan para tim relawan lainnya dipersilahkan memiliki caranya sendiri-sendiri.

—Kekuatan kita adalah kita punya akses yang bisa dibangun, yaitu the winning team, kemaren kan pada saat pilgub sudah terbangun jadi tinggal nge-klik saja. karena Jalur komunikasinya sudah terbentuk ditambah ada posisi penasehat kita bu khofifah dengan akses yang dimiliki di jalur muslimat kita bisa masuk ke berbagai wilayah.” (sumber : wawancara KH. Zahrul Azhr As’ad)

JKSN memiliki kekuatan sendiri dalam mengkampanyekan Jokowi dan Kiai Ma'ruf. JKSN yang sudah memiliki akses dan struktur pasca pilgub Jawa Timur dapat, dan menempatkan Khofifah Indar Parawansa sebagai penasihat JKSN dan juga daya tarik bagi ibu-ibu muslimat. JKSN juga memiliki model yang bernama silent majority.

“Silent majority ini adalah semacam model yang tidak dimiliki oleh pihak sebelah. Budaya masyarakat Indonesia, nahdliyin, kaum santri, itukan biasanya gak mau yang teriak-teriak, tidak mau yang ramai-ramai, tetapi mereka mau nurut terhadap Kiai, dan mereka punya pilihan sendiri. tidak teriak-teriaknya itulah yang saya katakana dia menjadi silent majority, yaitu orang-orang mayoritas yang tidak banyak bicara tapi sudah punya pilihan. nah, sementara noise minority itu orang-orang yang kecil sedikit jumlahnya, tapi ramai di media sosial, sehingga menjadi perhatian di masyarakat nyata, tapi sebenarnya dia hanya mencari keramaian di media sosial.” (sumber : wawancara KH. Zahrul Azhr As'ad)

Mengenal lebih dalam karakteristik masyarakat terutama warga nahdliyin, kaum santri dan masyarakat Indonesia yang dapat dibidik sebagai pemilih dan diikuti sertakan sebagai bagian dari tim kampanye. Silent majority ini yang mampu menjadi massa nyata bagi kemenangan Jokowi.

“Kalau kita bicara efektifitas, itu kan bicara subjektifitas, jadi kalau misal menanyakan ke saya ya menurut saya efektif. Minimal bisa menandingi informasi-informasi yang setiap hari mereka terima dari pihak lawan.” (sumber : wawancara KH. Zahrul Azhr As'ad)

Dengan model silent majority ini, koalisi antara Kiai dan warga yang masuk dalam kategori nahdliyin ini dirasa efektif. Pemberan informasi dari mulut ke mulut secara langsung, klarifikasi hoax yang dituduhkan kepada Jokowi. hal tersebut juga dipertegas oleh ketua JKSN Jawa Timur.

“Yang jelas menurut saya peranannya itu luar biasa, karena kita kan menjaring, dan mengajak, oleh karena itu kita motivasinya ayok bersama-sama untuk memilih paslon 01 agar paham ahlu sunnah waljamaah ini tetap lestari di bumi pertiwi ini. kalau sampai

ada aliran keras di belakang penguasa kan kacau nanti. itu motivasi kita ke mereka juga yang selalu kita munculkan,” (Sumber : wawancara KH. Roziqi)

Terdapat motivasi lain, selain untuk memenangkan Jokowi dan Kiai Ma'rif, bagi JKSN ahlussunnah waljamaah harus tetap hidup beriringan dengan masyarakat, agar masyarakat Jawa Timur khususnya tidak tergerus oleh keyakinan agama islam yang bersifat aliran keras (Radikal). Dimana Otman Ralibi, sekretaris TKD Jawa Timur juga menerangkan bahwa memenangkan Jokowi juga menyelamatkan Indonesia dari keinginan kelompok-kelompok yang ingin membangun negara khilafah.

“Dan itu pakai bahasa Madura, di Madura kan kalo yang ngomong tokohnya kan mereka percaya. Untuk memberikan pemahaman kepada mereka itu kan perlu waktu, jadi tidak bisa merata. saya kan diberi informasi sama tim JKSN nya Sampang itu kan ada Bu Nyai ketua Muslimat, katanya kan „aduh parah Kiai, banyak berita-berita hoax”.” (Sumber : wawancara KH. Roziqi)

Minimnya suara Jokowi di Madura memang sudah terjadi sejak 2014, hingga pilpres 2019. Ketokohan di Madura yang kuat membuat masyarakat Madura mengikuti apa yang dikatakan oleh opinion leader mereka. Hal lain muncul penyebab masyarakat Madura tidak memilih Jokowi dikarenakan, batalnya Joko Widodo menggandeng Mahfud MD, tokoh nasional dari Madura, ³⁰ untuk menjadi calon wakil presiden di pilpres 2019 ²³

Seperti yang ditulis oleh Bustami (2004) yang dikutip peneliti dari ²³ Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan yang Berjudul—*Menguji Kharisma Kiai Dalam Kehidupan Masyarakat Madura Jember Jawa Timur* dikatakan bahwa Dasar dari kepatuhan masyarakat Madura kepada sosok Kiai lebih merujuk kepada tatanan moralitas dan persoalan ukhrowi. ukhrowi sendiri merupakan sesuatu yang berhubungan atau bersifat dengan keakhiratan. Jadi menggerus suara Jokowi dengan menggunakan isu agama di dalam masyarakat Madura akan begitu mudah dilakukan oleh pihak yang berkepentingan.

“Untuk sumenep saya pikir menang, karena kita sudah datang beberapa kali kesana, ternyata masih kalah nggak sampai 50%, yang pamekasan saya belum bisa menganalisa

secara detail, itu parah kalahnya, hanya dapat 15%, Sampang itu saya kira juga menang ternyata kalah juga, ngga sampai 40%. Kalau bangkalan karena bupatinya ikut membantu.” (Sumber : wawancara KH. Roziqi)

Tanpa banyak masyarakat sadari pemberitaan yang mengandung unsur hoax lalu mereka mempercayai hal itu sebagai suatu kebenaran akan mempengaruhi elektabilitas dan penurunan suara yang disebabkan krisis kepercayaan masyarakat kepada Joko Widodo

“karena isunya digoreng sangat panaskan kita menjelaskannya agak susah, ya melalui ini, jaringan kita di tingkat bawah, seperti di tingkat- tingkat kecamatan kan ada JKSN yang sudah menamakan diri sebagai relawan. kan ada banyak to Kiai-Kiai yang bekerja sama dengan kita, tolong dijelasin katanya kalau jokowi menang gak boleh adzan, terus ada undang-undang diperbolehkannya perzinahan. itu kan fitnahnya luar biasa. dan itu di Madura orang percaya, „wah kalau gitu nggak usah dipilih, bener emang kalau PKI”.” (Sumber : wawancara KH. Roziqi)

Oleh Karena itu pihak JKSN tidak hanya berhenti pada deklarasi saja, ada beberapatahapan yang harus dilakukan yaitu melakukan Tindak Lanjut degan cara door to door, hingga kar rumpit, untuk memastikan suara Jokowi dan Kiai Ma’ruf tidak hilang hingga pencoblosan. Seperti yang disampaikan oleh KH. Roziqi,

“Untuk kegiatan kampanye kita isi dengan door to door. karena kalau nggak door to door nggak dapet orang. karena harus ditindak lanjut. Kita meminta Jaringan kita untuk mengawal, untuk mengawasi TPS, akhirnya untuk saksi di tingkat kecamatan akhirnya JKSN-nya ngedrop dan minta tenaga, jadi kita minta JKSN kabupaten ditiap kecamatan. mulai dari perhitungan kecamatan, dan CI disetor ke sini. nanti dari sini kita kasikan tim untuk dikawal takutnya nanti kan di kecamatan nggak ada yang ngawal suara Jokowi kan bisa hilang. Namanya ini permainan luar biasa, yang paling efektif ternyata setelah kita turun, mereka door to door kalo ndak ya amblas, makanya ada tindak lanut, dan kita minta laporan”. (Sumber : wawancara KH. Roziqi)

Secara keseluruhan dirasa suara Jokowi dan Kiai Ma'ruf di tanah Madura kalah dari Prabowo-Sandi, hanya di Kabupaten Bangkalan Jokowi Dan Kiai Ma'ruf Unggul. seperti yang di realize KPU Provinsi Jawa Timur, Paslon 01 memperoleh suara 440.129 dan paslon 02 sebesar, 322.131 . Di kabupaten Sampang Paslon 01 memperoleh 187. 189 sedangkan paslon 02 dengan suara 570.597, dan di Kabupaten Pamekasan Jokowi dan Kiai Ma'ruf memperoleh 102.931 dan Prabowo sandi sebesar 531.561 . Dan di kabupaten Sumenep paslon 01 memperoleh 242.305 dan paslon 02 memperoleh 436.931

“Tapi untuk kegiatan kampanye kita isi dengan door to door. Karena kalau nggak door to door nggak dapat orang. Karena harus ditindak lanjut.” (Sumber : wawancara KH. Roziqi)

Tidak hanya saat deklarasi saja ketika menyerukan dukungan kepada Joko Widodo dan Kiai Ma'ruf tapi juga melakukan program TL (Tindak Lanjut) berupa door to door untuk meyakinkan masyarakat dengan menyampaikan kebenaran tentang identitas presiden Jokowi yang selama ini di isukan sebagai Bukan Muslim, PKI, Pro Cina, dan sebagainya.

“Kita memposisikan diri sebagai relawan Jokowi kemudian kita mengajak bersama-sama untuk memilih, dan kita jelaskan track recordnya pak Jokowi, dan kita jelaskan siapa Kiai Ma'ruf, kita jelaskan bagaimana pak Jokowi sholatnya, pak Prabowo sholat apa tidak, bagaimana keluarganya pak Prabowo orang apa.” (Sumber : wawancara KH. Roziqi)

Mebangun kembali citra presiden Joko Widodo ketika tim relawan kampanye dan Jaringan antar santri dan Kiai ini diharapkan mampu untuk meng-kounter isu radikalsime agama dan penggalangan massa. karena kiai dan santri itu dianggap lebih paham tentang seluk beluk agama dan tidak sepakat radikalisme atas nama agama. Karena pilpres tahun ini isunya lebih banyak kepada agama.

—Kita tidak khos-khosan seperti itu, kita lebih egaliter dengan menggunakan Kiai-Kiai yang ada di daerah-daerah langsung” (sumber : wawancara KH. Zahrul Azhr As 'ad)

Pada JKSN sendiri, bagi mereka dengan mengerahkan Kiai Lokalnya dan mengesampingkan sistem egaliter atau menganggap semua kiai sama dan memiliki peran dan porsi yang sama pada pemilihan ini tanpa membedakan Kiai tersebut berasal dari daerah mana dan keturunan siapa, melainkan focus kepada dukungan kiai tersebut dan menetralsir hoax yang menyerang Joko Widodo.

Melihat hasil penelitian dan pembahasan maka dapat dilihat peran spesifik Kiai bersama ¹Tim Kampanye Daerah Jawa Timur untuk memenangkan Joko Widodo dan Kiai Ma'ruf, yaitu sebagai, Opinion Leader, Mediator Politik, dan Vote Getter. Dapat diketahui dalam hal ini wujud kegiatan dan realisasinya berupa ceramah atau dakwa, dengan keterampilan komunikasi yang dimiliki dengan menyampaikan pesan-pesan mengenai himbauan-himbau untuk menggunakan hak suara dan memilih sosok pemimpin yang tepat. Kemampuan komunikasi yang dimiliki Kiai juga tidak bisa disepelekan, dengan kemampuan berorasi yang sudah dimiliki melalui proses secara otodidak yang didapat dari jam terbang dakwah yang tinggi. Kiai memang kelompok minoritas, tetapi kiai juga memiliki basis massa, dengan karisma dan kapasitas yang dimiliki kiai mampu menggaet massa, oleh karena itu para tokoh agama ini sering kali menjadi target para elit politik dan tim sukses untuk membangun dan memperkuat massa basis dukungan politik.

Sebagai tokoh mediator politik Kiai juga memiliki peran dan kedudukan, tidak hanya di masyarakat tetapi kiai juga memiliki peran di pesantrennya. Kiai dan pesantren merupakan satu dari sekian perangkat yang bisa digunakan untuk menjalankan aktivitas dakwah seperti yang dilakukan Kiai Asep sebagai Dewan Pembina JKSN mendeklarasikan sebagai bagian tim pemenang Jokowi dan Kiai Ma'ruf di Pondok Pesantren Amanatul Uma Pacet, Mojokerto. Tidak hanya menjadi tuan rumah, para kiai ini juga, ada beberapa Kiai juga yang mengambil peran sebagai mediator politik dengan melakukan pertemuan antar tokoh ulama, tokoh masyarakat, dan masyarakat konstituen, seperti yang dilakukan TKD Jawa Timur dengan beberapa Kiai datang ke daerah Madura untuk menemui Tokoh Kiai di Madura, dengan tujuan untuk tidak meminta keberpihakan mereka terhadap Jokowi dan Kiai Ma'ruf, tetapi untuk menjalin komunikasi, dan jika kemenangan ada pada Jokowi-Kiai Ma'ruf mereka diharap tidak menentang hasilnya. Dalam pertemuan dalam masyarakat sendiri seperti yang disampaikan oleh pihak TKD

1 Jawa Timur bahwa Kiai dan tokoh agama non-muslim juga secara terang-terangan memberikan dukungan kepada Jokowi dan Kiai Ma'ruf dan meluruskan isu- isu yang simpang siur terutama dalam menyangkut nama baik Jokowi sebagai calon presiden yang selama telah dikabarkaan bahwa Joko Widodo adalah seorang PKI yang memihak Asing, dilarang adanya adzan dan disahkan undang-undang perzinahan dan sosok pemimpin yang keislamannya tidak jelas.

Kharisma dan kapasitas yang dimiliki kiai beserta jaringannya di masyarakat menjadi modal politik yang bisa digunakan secara optima dalam memenangkan kandidat terutama dalam mendulang suara karena mereka memiliki basis massa yang real. Kiai yang berafiliasi dengan 48 TKD Jawa timur untuk memenangkan Joko Widodo dan Kiai Ma'ruf juga terlibat dalam memobilisasi dukungan politik electoral. Kiai juga sebagai sosok dinilai memiliki modal kharismatik dilautan masyarakat Jawa Timur. Kerap kali kiai juga dianggap memiliki kemampuan yang lebih terhadap pergerakan masyarakat khususnya dalam menggerakkan pilihan politik. Seperti yang disampaikan Sekjen JKSN KH. Zahrul Azhar As'ad bahwa himbuan para kiai kampung dan kiai langgar dapat diterima dan direalisasikan oleh masyarakat yang bersangkutan.

Selain JKSN yang ada di Jawa Timur Tim Kampanye Daerah 01 Jawa Timur juga memaksimalkan jaringan gerakan Relawan yang mendukung Jokowi & KH. Ma'ruf Amin diantaranya adalah Jaringan Alumni, seperti Alumni Perguruan Tinggi di Jawa Timur Alumni SMA Surabaya & Jawa Timur, masih banyak lagi Relawan pendukung Jokowi Amin, seperti BARA JP, JOMA Jatim, BangJO Jatim, dan sebagainya. Tim Kampanye Daerah Jawa Timur memfasilitasi dan mendukung penuh segala aktifitas yang di buat untuk mengkampanyekan dan memenangkan Capres No 01 Jokowi Amin.

1 Daftar Pustaka

- Abdullah, Zein. 2008. *Strategi Komunikasi Politik dan Penerapannya*. Bandung : Simbiosis Balai Pengkajian dan Pengembangan Informasi.
- 26**
Cangara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pres.
- 13**
Cangara, Hafied. 2014. *Komunikasi Politik*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- 16**
Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu- ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Less, Jennifer, Marshment. 2009. *Political Marketing Principles and Applications*. Routledge. Canada
- 37**
Moleong. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- 17**
Patoni, Achmad. 2007. *Peran Kiai Pesantren Dalam Partai Politik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Purwodarmino. 1990. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- 43**
Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- 3**
Suwardi, Harsono, Sendjaja, Sasa Djuarsa dan Budi Setio. 2002. *Politik Demokrasi dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Galang Press.
- 1**
Venus, Antar. 2004. *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- 22**
Yin, Robert K. 2011. *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Website :**
- [https://kpuJawa Timur.go.id/dc1-tingkat-provinsi/](https://kpuJawaTimur.go.id/dc1-tingkat-provinsi/)<https://kpu.go.id>
- 19**
Raditya, Iswara N. 2019. *Sejarah Hidup Kiai Asep Saifuddin*

Chalim & Kasus Romahurmuziy. <https://tirto.id/sejarah-hidup-kiai-asep-saifuddin-chalim-kasus-romahurmuziy-dkfs> (Diakses pada 29 Juli 2019)

komunikasi politik

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	jurnalmahasiswa.unesa.ac.id Internet Source	4%
2	es.scribd.com Internet Source	1%
3	journal.moestopo.ac.id Internet Source	1%
4	news.detik.com Internet Source	1%
5	digilib.unesa.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to University College Worcester Student Paper	1%
7	jurnal.umrah.ac.id Internet Source	1%
8	Submitted to UPN Veteran Jawa Timur Student Paper	1%
9	jurnal.dpr.go.id Internet Source	1%

10	lib.uin-malang.ac.id Internet Source	1 %
11	digilib.unila.ac.id Internet Source	<1 %
12	repository.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
13	www.scribd.com Internet Source	<1 %
14	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
15	Submitted to UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Student Paper	<1 %
16	Adhi Iman Sulaiman. "Model Komunikasi Formal dan Informal dalam Proses Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat", Jurnal Penelitian Komunikasi, 2013 Publication	<1 %
17	ejournal.iaiiibrahimy.ac.id Internet Source	<1 %
18	nasional.kompas.com Internet Source	<1 %
19	tirto.id Internet Source	<1 %

jurnal-p2kp.id

20

Internet Source

<1 %

21

www.batamnews.co.id

Internet Source

<1 %

22

docplayer.info

Internet Source

<1 %

23

inferensi.iainsalatiga.ac.id

Internet Source

<1 %

24

palapapos.co.id

Internet Source

<1 %

25

repository.iainkudus.ac.id

Internet Source

<1 %

26

id.123dok.com

Internet Source

<1 %

27

repository.ut.ac.id

Internet Source

<1 %

28

tadalafil-20mg-lowestprice.mobi

Internet Source

<1 %

29

www.infopmb.com

Internet Source

<1 %

30

berita-papua.com

Internet Source

<1 %

31

ikutyesusikutmesias.blogspot.com

Internet Source

<1 %

32	indoharian.com Internet Source	<1 %
33	issuu.com Internet Source	<1 %
34	ojs.umsida.ac.id Internet Source	<1 %
35	regamedianews.com Internet Source	<1 %
36	repository.iainkediri.ac.id Internet Source	<1 %
37	repository.unisma.ac.id Internet Source	<1 %
38	repository.unja.ac.id Internet Source	<1 %
39	sinarharapan.net Internet Source	<1 %
40	www.dutanusantaramerdeka.com Internet Source	<1 %
41	eprints.radenfatah.ac.id Internet Source	<1 %
42	fidanurlaeli.wordpress.com Internet Source	<1 %
43	fikom.mercubuana-yogya.ac.id Internet Source	<1 %

44

id.scribd.com

Internet Source

<1 %

45

karyailmiah.unisba.ac.id

Internet Source

<1 %

46

pt.scribd.com

Internet Source

<1 %

47

www.ideapers.com

Internet Source

<1 %

48

www.palapapos.co.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off