

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK ULAMA NAHDLATUL WATHAN PANCOR DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK PILKADA PADA PEMILIHAN UMUM PRESIDEN TAHUN 2019

M. Ali sofyan¹ Puji Laksono² Muhammad Chabibi³
Institut Pesantren KH. Abdul Chalim

alisofyanhk@gmail.com, Pujilaksono@ikhac.com, chabibi.akib@gmail.com

Kata kunci:

Komunikasi
Politik, Pemilihan
Umum Presiden,
Nahdlatul Wathan

Keywords:

Political
Communication,
Presidential
Elections, Ulama
Nahdlatul Wathan

Abstrak

Basis ke-Islam-an masyarakat Lombok mayoritas berafiliasi pada golongan tradisional, dalam hal ini Nahdlatul Wathan (NW). Strategi komunikasi politik ulama Nahdlatul Wathan Pancor dalam membentuk opini publik pada pemilihan umum Presiden tahun 2019. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori agenda setting. Adapun yang menjadi informan adalah tokoh ulama Nahdlatul Wathan Pancor, anggota Bawaslu Kabupaten Lombok Timur, dan dari kalangan masyarakat atau *nahdliyin*. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi secara langsung dan wawancara mendalam. Validitas data dilakukan dengan menggunakan triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam membentuk opini publik pada pemilihan umum Presiden tahun 2019, Strategi komunikasi politik yang dilakukan ulama NW Pancor adalah dengan menyelenggarakan berbagai agenda-agenda politik.

Abstract

The majority of Lombok's Islamic people are affiliated with the traditionalist group, in this case Nahdlatul Wathan (NW). the political communication strategy of the Nahdlatul Wathan Pancor scholars in shaping public opinion in the 2019 presidential election. The theory used in this research is agenda-setting theory. The informants were Nahdlatul Ulama Wathan Pancor, who was actively involved in political contestation in the 2019 Presidential Election, Nahdlatul Wathan ulama who was registered as the management of the organization, members of the East Lombok Regency Election Supervisory Body, and from the community or Nahdliyin. Data collection is done by direct observation and in-depth interviews. Data validity is done by using triangulation. The results showed that in shaping public opinion in the 2019 presidential election, the political communication strategy undertaken by the NW Pancor ulama was to hold various political agendas.

A. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang menganut sistem demokrasi. Demokrasi merupakan sistem pemerintahan yang memberikan egaliter dalam mengantar mekanisme kekuasaan dan partisipasi publik. Ditopang dengan konsepnya dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat, sehingga dalam arti luasnya demokrasi dapat diartikan kekuasaan rakyat. Dalam sistem demokrasi, dilakukan pemilihan umum untuk memilih pemimpin suatu negara. Dalam pemilihan ini tentu para aktor politik memiliki peran yang besar dalam menentukan arah dari suara rakyat.

Pemilihan umum Presiden (Pilpres) merupakan sarana demokrasi yang menjadi ajang bagi kedaulatan rakyat. Dalam negara yang menganut sistem demokrasi, Pemilihan umum Presiden merupakan cerminan suara rakyat yang akan menentukan pemimpin suatu negara untuk menentukan nasib dan tujuan kedaulatan bangsa berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang 1945.

Pada tahun 2019 Indonesia akan dicatat dalam sejarah karena melakukan pemilihan yang terbesar di dunia. Hal ini karena digabungnya pemilihan presiden dan Wakil Presiden dengan pemilihan DPRD, DPR, dan DPD dari tingkat daerah hingga pusat, sehingga tentu menghabiskan

anggaran yang sangat banyak. Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah menetapkan dua pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden kembali yaitu Joko Widodo-KH Ma'ruf Amin dan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno. Puncak dari kontestasi politik tersebut dilaksanakan pada bulan April 2019. Penyelenggaraan pesta demokrasi lima tahunan tersebut telah menyita perhatian masyarakat luas.

Dalam proses demokrasi pada pemilihan umum Presiden 2019 yang penuh dengan *hiruk-pikuk* tersebut, tim dari setiap kontestan unjuk diri dengan cara masing-masing, baik janji-janji apabila terpilih nanti maupun dengan isu-isu yang menjadi kebutuhan untuk kemenangan selalu disampaikan kepada masyarakat.

Suasana panggung politik yang sangat panas dengan isu SARA (Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan) dan sangat kental dirasakan lebih dominan dibandingkan dengan esensi kampanye pemilihan umum Presiden itu sendiri. Sampai timbul julukan "*cebong*" dan "*kampret*" yang kurang baik dan melekat bagi para pendukung. Serta banyaknya hoax yang bertebaran sehingga menimbulkan opini publik di tengah masyarakat mengenai calon Presiden. Peranan ulama yang masuk dalam kontestasi politik praktis bertambah,

selain sebagai kontestan politik atau relawan pendukung, ulama juga harus mampu mengontrol polarisasi yang begitu masif di masyarakat.

Menurut Dr. Gun Gun Heryanto fenomena tersebut menunjukkan gejala *retrogresi*, yaitu pemburukan kualitas politik kebangsaan akibat polarisasi dukungan politik yang menghadirkan kebencian antarpenduduk.¹ Tak heran jika kontestasi politik tersebut menciptakan disilusi berlebihan berbagai tokoh di masyarakat sehingga menciptakan persoalan baru pasca perhelatan momentum politik hingga saat ini.

Berbagai elemen masyarakat turut ambil bagian dalam mensukseskan penyelenggaraan pesta demokrasi ini. Banyak yang ikut dalam percaturan panggung politik dengan menjadi tim pemenang masing-masing pasangan calon Presiden dan waki Presiden. Dari pasangan Joko Widodo- KH. Ma'ruf Amin dikenal dengan Tim Kampanye Nasional (TKN) sedangkan pasangan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno dikenal dengan Badan Pemenangan Nasional (BPN). Namun tak hanya para politisi yang notabene nya

memiliki kepentingan saja, masyarakat biasa pun ikut berpartisipasi secara aktif mengkampanyekan pasangan calon masing-masing yang pada gilirannya dinamakan 'relawan', baik dari kota-kota besar hingga pelosok pedesaan. Begitu pula tidak ketinggalan dari kalangan pemuka agama yang dikenal dengan Ulama, Kiai pesantren, Tuan Guru maupun ustadz yang sangat identik dengan penerus perjuangan Islam.

Dalam dinamika sosial dewasa ini, ulama tidak hanya dimaknai orang yang hanya "berkecimpung" di bidang keagamaan saja, namun tugas ulama juga menjadi kontrol masyarakat, menata kehidupan sosial, dan sebagai agen perubahan. Peran ulama mulai bergeser dan meluas ketika masuk ke wilayah politik dengan ikut berperan dalam kegiatan politik praktis.² Hingga mampu melakukan hegemoni terhadap masyarakat melalui peran yang dimilikinya.

Realitas semacam ini terjadi di Nusa Tenggara Barat terkhususnya di Pulau Lombok yang mayoritas pemeluk agama Islam. Basis ke-Islam-an masyarakat Lombok mayoritas berafiliasi pada golongan tradisional, dalam hal ini Nahdlatul Wathan (NW), sehingga sebutan untuk

¹ Gun Gun Heryanto, *Problematika Komunikasi Politik, Bingkai Politik Indonesia Kontemporer*, (Yogyakarta : IRCiSoD, 2018), hlm. 26.

² Greg Fealy, *Ijtihad Politik Ulama : Sejarah Nahdlatul Ulama, 1952-1967*, (Yogyakarta : LKis, 2003), hlm. 69.

masyarakat NW adalah *Nahdliyin* dan *Nahdliyat*.

Nahdlatul Wathan merupakan organisasi sosial kemasyarakatan tertua dan terbesar di Lombok dengan fokus kegiatan pada bidang pendidikan, sosial dan dakwah keagamaan. Organisasi yang kemudian disingkat menjadi NW ini didirikan oleh seorang ulama besar yang bernama Maulana Syaikh TGKH³. Muhammad Zainuddin Abdul Majid. Pada awalnya embrio NW dimulai dari pendirian Pondok Pesantren Al Mujahidin pada tahun 1937, kemudian dideklarasikan dan terdaftar resmi sebagai ormas Islam pada hari minggu 15 Jumadil Akhir 1372 H bertepatan dengan tanggal 1 Maret 1953 di Pancor, Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat.⁴ Kenyataan ini juga menggambarkan afiliasi pilihan politik masyarakat Lombok, sehingga peran ulama atau di Lombok lebih dikenal dengan sebutan Tuan Guru sangatlah besar.

Tuan dalam masyarakat Lombok berarti orang yang sudah melaksanakan haji, dan *guru* berarti orang yang mengajar. Sehingga Tuan Guru dalam pandangan

masyarakat Lombok adalah gelar yang murni yang diberikan oleh masyarakat Lombok karena memiliki keilmuan agama yang luas, serta memiliki akhlak dan kesalehan yang baik. Tuan Guru merupakan sebutan untuk ulama atau setara kiai kalau di pulau Jawa. Oleh karenanya sering sekali masyarakat memberikan pilihan politiknya sesuai dengan instruksi dari ulama atau Tuan Guru setempat.

Pada momentum pemilihan umum Presiden 2019 ini, karisma seorang ulama sangat bermanfaat bagi aktor-aktor politik untuk menjaring suara masyarakat kelas bawah. Berbagai cara dilakukan supaya mendapatkan afiliasi politik dengan tokoh ulama sehingga mendapatkan dukungan dari sosok ulama, dengan tujuan agar memperoleh suara yang banyak dimana ulama tersebut berada. Seperti pada calon Presiden 01 Joko Widodo memilih Wakil dari kalangan ulama yaitu KH. Ma'ruf Amin dan mendapat dukungan dari ulama-ulama Nahdlatul Ulama. Sedangkan bagi pasangan 02 Prabowo- Sandiaga Uno mendapatkan dukungan politik dari ulama-ulama PA 212. Hal ini sangat jelas terlihat dengan diadakannya *ijtima'* ulama yang sampai berjilid-jilid. Dan terbukti ketika pasangan calon preside Joko Widodo-KH. Ma'ruf Amin berhasil mendapatkan restu dari tokoh

³ TGKH adalah singkatan dari "Tuan Guru Kiai Haji", julukan yang diberikan bagi seorang ulama yang karismatik yang memiliki peran sangat penting dalam perjuangan Islam khususnya didaerah Lombok NTB.

⁴ Abdul Hayyi Nu'man, *Riwayat Hidup dan Perjuangan TGKH. M. Zainuddin Abdul Majid*. (Pancor : PBNW, 1999), hlm. 139.

ulama NW, terjadi peningkatan suara di daerah Nusa Tenggara Barat.

Dengan peran dan statusnya tersebut, komunikasi politik ulama pada masyarakat *Nahdliyin* Pancor dianggap mampu meyakinkan masyarakat dalam membentuk opini publik dan memberikan *branding* calon presiden dan Wakil Presiden daripada komunikasi politik yang dilakukan oleh politisi. Bagaimana tidak, Pancor dikenal dengan sebutan 'kota santri' yang merupakan pusat dari organisasi Nahdlatul Wathan. Ditambah dengan kemampuan ulama dalam menyampaikan pesan kepada para santri dan masyarakat menjadikan masyarakat Pancor *ta'dzim*. Hal ini dapat dilihat pada acara-acara besar yang diselenggarakan, seperti pada pengajian akbar, seminar, silaturahmi yayasan, kuliah umum, dan perayaan hari ulang tahun (hultah) NW.

Pada pemilihan umum Presiden tahun 2019 ini berbeda dengan pemilihan-pemilihan sebelumnya, Nahdlatul Wathan yang memiliki basis dukungan di Nusa Tenggara Barat yang sangat besar belum mampu memberikan kemenangan yang signifikan bagi afiliasi politiknya. Pada tahun 2014 lalu memang NTB merupakan wilayah peraihan suara yang besar bagi pasangan Prabowo-Hatta, dan pada saat itu

NW berafiliasi politik dengan pasangan Prabowo-Hatta juga. Namun pada pemilihan umum Presiden tahun 2019, NW memberikan restu dan dukungan politiknya pada pasangan Jokowi-Ma'ruf yang merupakan lawan politik dari Prabowo-Sandiaga.

Oleh karena itu, untuk menyampaikan pesan-pesan dalam komunikasi politik dengan tujuan meyakinkan dan mempengaruhi masyarakat untuk memilih calon Presiden dan Wakil Presiden pada pemilihan umum Presiden tahun 2019, serta dalam membentuk opini publik pada masyarakat maka penting menentukan strategi dan sarana yang tepat, sesuai dengan kondisi kepada siapa pesan politik tersebut disampaikan.

Dari sini kemudian peneliti melihat bahwa penelitian mengenai keterlibatan dan strategi komunikasi politik ulama Nahdlatul wathan pada pemilihan umum Presiden tahun 2019 ini menjadi menarik untuk diteliti dan dipelajari.

B. Kajian Literatur (Jika ada)

Istilah agenda setting diperkenalkan oleh Maxwell McCombs dan Donal Shaw dalam *Public Opinion Quarterly* pada tahun 1972 berjudul *The Agenda-Setting Function of Mass Media*. Kedua peneliti ini dari

Universitas North Carolina, untuk menjelaskan gejala atau fenomena kegiatan kampanye pemilihan umum (pemilu) yang telah lama diamati dan diteliti oleh kedua sarjana tersebut. Penelitian oleh McCombs dan Shaw merupakan tonggak awal perkembangan teori agenda setting.⁵

Pengertian agenda setting dapat dipahami sebagai pengaturan atau penyusunan agenda, acara atau kegiatan. Hal ini sesuai dengan istilah yang dikemukakan oleh beberapa ahli komunikasi Indonesia sebagai penentuan atau penyusunan agenda.

Asumsi dasar teori agenda setting adalah bahwa jika media memberikan tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan mempengaruhi khalayak atau opini publik untuk menganggapnya penting. Jadi, apa yang dianggap penting oleh media, maka akan dianggap penting juga oleh khalayak. Oleh karena itu, apabila media memberikan perhatian terhadap isu tertentu, akan mendapat pengaruh terhadap pendapat umum (opini publik). Teori agenda setting menganggap bahwa masyarakat akan belajar mengenai isu-isu apa, dan bagaimana isu

tersebut disusun berdasarkan tingkat kepentingannya.⁶

Teori agenda setting menyatakan bahwa aktor-aktor media massa, seperti editor atau pengelola media penyiaran memainkan peranan penting dalam membentuk realitas sosial. Media massa memiliki peran sebagai *gatekeeper* yang memilah dan memilih informasi apa yang harus diketahui oleh publik. Dampak media massa pada akhirnya mampu mempengaruhi perubahan kognitif individu, dan membentuk pikiran media.⁷

Stephen W. Littlejohn mengatakan agenda setting beroperasi dalam tiga bagian, sebagai berikut:

1) Agenda media

Agenda harus diformat, proses akan memunculkan masalah bagaimana agenda media ini terjadi pada waktu pertama kali dengan dimensi yang berkaitan, antara lain: *visibility* (jumlah dan tingkat menonjolnya berita), *audience salience* (tingkat menonjol bagi khalayak), *valence* (menyenangkan

⁵ Morissan. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa* (Jakarta : Prenadamedia Group, 2013), hlm. 494.

⁶ Burhan Bungin. *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2006) hlm. 285.

⁷ Puji Laksono, *Kuasa Media Dalam Komunikasi Massa, Jurnal al-Tsiqoh: Dakwah dan Ekonomi*, Vol. 4 No. 2 Oktober 2019, hlm. 59.

atau tidak cara pemberitaan suatu peristiwa).

2) Agenda publik

Agenda media dalam banyak hal agenda khalayak atau isu tertentu bagi publik, sehingga muncul pertanyaan seberapa besar kekuatan media mampu mempengaruhi agenda publik dan bagaimana agenda publik itu melakukannya. Dimensi yang berkaitan antara lain: *familiarity* (keakraban), *personal salience* (penonjolan pribadi), *favorability* (kesenangan).

3) Agenda kebijakan

Agenda publik mempengaruhi agenda kebijakan. Agenda kebijakan adalah pembuatan kebijakan publik yang dianggap penting bagi individu. Dimensi yang berkaitan antara lain: *support* (dukungan), *likelihood of action* (kemungkinan kegiatan), *freedom of action* (kebebasan bertindak).⁸

C. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus–Desember 2019. Kemudian dilanjutkan pada Januari-April 2014. Penelitian ini dilaksanakan di Pancor,

Kecamatan Selong, Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif analisis melalui data-data yang kredibel. Penelitian ini bersifat penelitian lapangan (*field study research*) sehingga bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif berupa tulisan atau ucapan dari tokoh-tokoh ulama pada organisasi Nahdlatul Wathan Pancor yang berkaitan dengan Strategi komunikasi politik ulama dalam membentuk opini publik Nahdlatul Wathan Pancor dalam membentuk opini publik pada pemilihan umum Presiden tahun 2019.

Informan dalam penelitian ini adalah TGH. Yusuf Ma'mun merupakan *Ra'is 'Aam* PBNW, alasan peneliti menjadikan beliau sebagai informan adalah karena beliau merupakan tokoh ulama Nahdlatul Wathan Pancor yang terdaftar sebagai kepengurusan organisasi dan terlibat aktif dalam kontestasi politik pada pemilihan umum Presiden tahun 2019. Kemudian Taswin Kaswara merupakan Komisioner Panwasdam Kecamatan Selong dan Dr. Retno Sironpati, M.Hum yang merupakan Ketua Bawaslu Lombok Timur. Kemudian Badri, QH merupakan dari kalangan masyarakat atau *nahdliyin*.

⁸ Apriadi Tamburaka, *Agenda setting Media Massa*, (Jakarta:Rajawali,2012) hlm. 69.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan pemanfaatan data primer yaitu dengan cara observasi atau pengamatan terhadap agenda politik ulama NW Pancor pada pemilihan umum Presiden tahun 2019. Pada proses observasi ini, peneliti melakukan pengamatan secara nonpartisipan, yakni peneliti berada diluar subyek yang diamati dan tidak ikut dalam kegiatan-kegiatan yang mereka lakukan. Dengan demikian peneliti akan lebih menganalisis fenomena tersebut dengan berdasarkan analisa secara mandiri melalui sosial media seperti Facebook, Instagram dan Youtube dengan mengikuti berita-berita yang berkaitan dengan agenda politik ulama NW pada pemilihan umum Presiden tahun 2019. Selanjutnya, proses pengumpulan data juga dilakukan dengan wawancara mendalam mengenai permasalahan yang akan diteliti agar memperoleh informasi lebih mendalam. Selain pengumpulan data secara primer, peneliti juga menggunakan pengumpulan data secara sekunder berupa dokumentasi melalui bukti-bukti fisik yang terdapat dalam media dan arsip Bawaslu Kabupaten Lombok Timur mengenai agenda-agenda yang bersifat politis yang dilakukan oleh tokoh ulama Nahdlatul Wathan pada pemilihan umum Presiden tahun 2019.

Analisis data yang dilakukan oleh peneliti diawali dari mengumpulkan data dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Setelah data terkumpul peneliti melakukan reduksi data yaitu menganalisis data dan memilih hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus penelitian. Kemudian data yang terkumpul menjadi lebih fokus dalam strategi komunikasi politik ulama Nahdlatul Wathan Pancor pada pemilihan umum Presiden tahun 2019. Setelah data terkumpul, direduksi, dan disajikan dengan rapi dan teratur. Langkah selanjutnya adalah menarik kesimpulan, kesimpulan yang diambil semestinya dapat diuji kebenaran dan kecocokannya sehingga menunjukkan keadaan yang sebenarnya. Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik triangulasi.

D. Hasil dan Pembahasan

Dari hasil temuan data penulis, keterlibatan ulama Nahdlatul Wathan Pancor pada pemilihan umum Presiden tahun 2019 mulai berkembang ketika Ketua Umum PBNW Dr. H. M. Zainul Majdi, MA atau yang biasa dikenal Tuang Guru Bajang (TGB) menentukan arah pilihan pada pasangan calon Presiden 01 Jokowi-Ma'ruf. Dalam kontestasi pemilihan umum Presiden tahun 2019 ini berbeda dengan pemilihan -

pemilihan sebelumnya. Nahdlatul Wathan yang memiliki basis dukungan di Nusa Tenggara Barat yang sangat besar belum mampu memberikan kemenangan yang signifikan bagi afiliasi politiknya. Pada tahun 2014 lalu NTB merupakan wilayah peraihan suara yang besar bagi pasangan Prabowo-Hatta, dan pada saat itu NW berafiliasi politik dengan pasangan Prabowo-Hatta juga. Namun pada pemilihan umum Presiden 2019, NW memberikan restu dan dukungan politiknya pada pasangan Jokowi-Ma'ruf yang merupakan lawan politik dari Prabowo-Sandiaga.

Ada beberapa alasan ulama NW Pancor seperti yang disampaikan oleh informan sehingga memberikan dukungan kepada pasangan calon Presiden 01 Jokowi-Ma'ruf. Alasan yang disampaikan adalah karena melihat keberhasilan kinerja Presiden Jokowi pada periode sebelumnya, hal ini dapat dilihat dari penetapan pantai Mandalika Lombok sebagai kawasan ekonomi khusus (KEK), pembangunan sirkuit moto GP dikawasan Mandalika Lombok dan seringnya kunjungan Jokowi ke NTB ketika menjabat sebagai Presiden diperiode sebelumnya. Kunjungan Jokowi ke NTB ini memiliki beberapa agenda seperti peninjauan kinerja dalam pembangunan kawasan ekonomi khusus

(KEK) dan sirkuit moto GP di Mandalika, peninjauan langsung bantuan kepada korban gempa di Lombok pada tahun 2018. Selama kunjungan Jokowi ke NTB tersebut selalu ditemani oleh Gubernur NTB yaitu Tuan Guru Bajang Dr. H. M. Zainul Majdi MA yang juga sebagai Ketua Umum PBNW, sehingga memang mengetahui betul kinerja Jokowi pada periode sebelumnya.

Kemudian alasan yang lain karena latar belakang Jokowi yang tidak dari kalangan bangsawan, pengusaha ataupun ketua partai sehingga dianggap tidak memiliki beban dalam bekerja menyelesaikan tugas sebagai pemimpin Indonesia. Jokowi memang bukan dari keturunan orang kaya, diketahui bahwa ayah Jokowi hanya memiliki usaha keluarga sebagai tukang kayu, usaha keluarga inilah yang kemudian dilanjutkan sebelum terjun ke dunia politik sehingga terus berkembang. Dalam dunia politik, karir politik Jokowi sangat cemerlang. Jokowi pernah menjabat sebagai Walikota Solo selama dua periode, Gubernur DKI Jakarta, dan terpilih menjadi Presiden Republik Indonesia. Gemilangnya karir politik Jokowi tersebut bukan karena dirinya seorang ketua partai, ia hanya kader dan mendapat dukungan dari PDIP dan kecerdikannya di dalam dunia politik. Inilah juga yang menjadi alasan kuat ulama NW

Pancor dalam mendukung Jokowi pada pemilihan umum Presiden 2019.

Kemudian ada alasan yang menurut penulis merupakan alasan utama ulama NW Pancor memberikan dukungan kepada pasangan Jokowi-Ma'ruf, yaitu bentuk syukur dan rasa terima kasih warga *Nahdliyin* NW Pancor karena pada periode awal pemerintahan Jokowi, Pendiri NW Maulana Syaikh TGKH. M. Zainuddin Abdul Majid ditetapkan sebagai Pahlawan Nasional dan satu-satunya Pahlawan Nasional di Nusa Tenggara Barat.

Dengan beberapa alasan di atas, sehingga para ulama menentukan strategi komunikasi politik untuk membentuk opini warga *Nahdliyin* NW Pancor yang masih belum memiliki pandangan dukungan yang sama dengan para ulama NW Pancor. Yaitu dengan menyelenggarakan beberapa agenda politik yang bertujuan membentuk opini publik.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori agenda setting sebagai landasan teori untuk menganalisis strategi ulama NW Pancor pada pemilihan umum Presiden tahun 2019. Menurut teori agenda setting yang dikemukakan oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw bahwa jika media memberikan tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan

mempengaruhi khalayak atau opini publik untuk menganggapnya penting. Jadi, apa yang dianggap penting oleh media, maka akan dianggap penting juga oleh khalayak.

Secara teoritis menurut Maxwell McCombs dan Donald Shaw yang berperan penting dalam mempengaruhi dan membentuk opini publik adalah media. Namun dalam penelitian ini untuk menganalisa strategi komunikasi ulama NW Pancor pada pemilihan umum Presiden 2019 yang berperan penting adalah ulama NW Pancor. Jika ulama NW Pancor memberikan tekanan pada isu politik tertentu, maka akan mempengaruhi opini publik untuk menganggap isu tersebut penting. Dengan menggunakan teori ini, penulis dapat menganalisis bagaimana strategi politik ulama NW Pancor pada pemilihan umum Presiden 2019 yakni dengan melaksanakan berbagai agenda politik dengan tujuan untuk membentuk opini publik agar menentukan dukungan politik terhadap pasangan calon Presiden 01 Jokowi-Ma'ruf.

Dalam pembentukan opini publik, ada beberapa agenda politik yang telah diselenggarakan oleh ulama NW Pancor, antara lain:

1. Pengajian Silaturahmi Calon Wakil Presiden KH. Ma'ruf Amin

Kegiatan ini diselenggarakan pada Jum'at 26 Oktober 2018 di YPHPPD NW Pancor. Pengajian silaturahmi ini merupakan agenda politik ulama NW Pancor, karena inti dari pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak adalah untuk memperkenalkan calon Wakil Presiden yang akan mendampingi Jokowi pada pemilihan umum Presiden 2019. Dalam pidatonya, calon Wakil Presiden KH. Ma'ruf Amin menyampaikan bahwa dirinya masih muda untuk menjadi calon Wakil Presiden.

2. Kuliah Umum Kebangsaan Oleh Surya Paloh

Kegiatan kuliah umum ini diselenggarakan pada Sabtu 15 Desember 2018. Ini merupakan agenda politik kedua ulama NW Pancor. Dalam acara ini, yang menjadi pembicara utama adalah Surya Paloh selaku Ketua Umum Partai Nasdem. Pada pemilihan umum Presiden tahun 2019, Partai Nasdem masuk dalam koalisi Indonesia Maju dan menjadi Tim Kampanye Nasional (TKN) untuk mendukung pasangan Jokowi-Ma'ruf.

3. Silaturahmi Perjuangan Nahdlatul Wathan 2019

Acara ini diselenggarakan pada Minggu 13 Januari 2019, dan dihadiri oleh seluruh pengurus NW pimpinan pusat, wilayah, daerah, badan otonom NW, dan para ulama NW Pancor. Yang menjadi pembicara utama dalam acara ini

adalah TGB. Dr. M. Zainul Majdi, MA. selaku Ketua Umum Dewan Tanfiziyah PBNW. Inti dari pesan dalam pidatonya adalah untuk mengajak seluruh *nahdliyin* agar kompak memilih pasangan Jokowi-Amin pada pemilihan umum Presiden 2019.

Dalam pidatonya juga disampaikan alasan-alasan mengapa mendukung pasangan Jokowi-Ma'ruf. Proses *framing* terhadap sosok Jokowi juga disampaikan dengan menyebut keberhasilan-keberhasilan Jokowi dalam membangun Indonesia khususnya NTB.

4. Kuliah Umum Lintas Generasi NW

Acara ini diselenggarakan pada 15 Maret 2019 di aula YPHPPD NW Pancor. Dalam acara ini juga ketua YPHPPD NW Pancor H. M. Syamsul Lutfi, M.Si menyampaikan negara Indonesia di bawah pimpinan Presiden Jokowi, ketahanan ekonomi Indonesia mampu bertahan cukup baik, harapannya kedepan dalam periode berikutnya akan mampu lebih baik lagi di bawah pimpinan Presiden Jokowi.

Dari pesan politik yang disampaikan di atas, bahwa ada proses *framing* terhadap sosok Jokowi dengan menyampaikan keberhasilan Jokowi dalam mempertahankan ketahanan ekonomi. Kemudian ada harapan yang disampaikan untuk lebih baik kedepannya. Hal ini merupakan proses untuk mempengaruhi

kognitif khalayak untuk mendukung Jokowi pada pemilihan umum Presiden 2019.

5. Pengajian Akbar Peringatan Isra Mi'raj Nabi Muhammad SAW

Acara ini diselenggarakan pada Rabu 3 April 2019 di GOR YPHPPD NW Pancor. Yang menjadi pembicara utama dalam acara ini adalah TGB. Dr. M. Zainul Majdi, MA. selaku Ketua Umum Dewan Tanfiziyah PBNW. Inti darisan yang disampaikan TGB adalah hikmah-hikmah dibalik Isra' Mi'raj, menyampaikan keberhasilan Jokowi membangun NTB walaupun kalah pada pemilihan umum Presiden tahun 2014, kemudian TGB juga menyinggung isu yang tersebar bahwa Jokowi anti Islam dan TGB menyampaikan bahwa hal ini bisa dilihat dan tidak terjadi sewaktu Jokowi menjabat sebagai walikota Solo dan gubernur Jakarta, selanjutnya harapan agar jama'ah semua mendukung dengan cara-cara yang baik.

6. Kampanye dan Deklarasi Tuan Guru Untuk Jokowi-Ma'ruf

Acara ini diselenggarakan pada hari Selasa 2 April 2019, bertempat di Lapangan Nasional Selong, dan dihadiri langsung oleh calon Wakil Presiden KH. Ma'ruf Amin. Dalam acara ini hadir juga para ulama dari ormas Islam Nahdlatul Wathan dan Nahdlatul Ulama, kemudian ketua DPD Partai pendukung koalisi Indonesia Maju. Inti dari acara ini adalah

penyampaian pesan politik oleh calon Wakil Presiden KH. Ma'ruf Amin dan pembacaan ikrar untuk mendukung pasangan Jokowi-Ma'ruf pada pemilihan umum Presiden 2019 yang dipimpin oleh TGH. Yusuf Ma'mun selaku Ra'is 'Aam PBNW.

Agenda politik ulama NW Pancor tersebut secara umum memiliki tujuan agar khalayak dapat memahami alasan ulama NW Pancor memberikan dukungan kepada pasangan Jokowi-Ma'ruf, sehingga diharapkan masyarakat juga memiliki pandangan yang sama dan memberikan dukungan kepada pasangan Jokowi-Ma'ruf. Dalam setiap kegiatan selalu disampaikan citra positif dan keberhasilan Jokowi dalam menjalankan pemerintahan pada periode sebelumnya.

Stephen W. Littlejohn mengatakan agenda setting beroperasi dalam tiga bagian, yaitu:

a. Agenda media

Agenda harus diformat, proses akan memunculkan masalah bagaimana agenda ini terjadi pada waktu pertama kali terjadi. Sebagaimana yang disebutkan sebelumnya agenda media dalam penelitian ini adalah agenda ulama NW Pancor. Ada beberapa agenda yang telah diselenggarakan oleh ulama NW Pancor secara sistematis.

Hal ini tentu agar tercapainya tujuan politik untuk memenangkan pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden 01 Jokowi-Ma'ruf. Waktu pertama kali ulama NW Pancor menyatakan dukungannya kepada pasangan Jokowi-Ma'ruf, tentu terjadi permasalahan di tengah masyarakat. Hal ini dikarenakan pada pemilihan umum Presiden sebelumnya ditahun 2014 ulama NW Pancor memberikan dukungannya kepada pasangan Prabowo-Hatta, sedangkan pemilihan umum Presiden tahun 2019 ini bisa dikatakan *rematch* antara Jokowi dengan Prabowo.

Ada tiga dimensi yang berkaitan terkait dengan agenda ulama NW Pancor ini, antara lain :

1) *Visibility* (jumlah dan tingkat menonjolnya berita), mengetahui akan terjadi masalah setelah perpindahan dukungan politik, maka ulama NW Pancor menyusun agenda-agenda dengan menonjolkan citra positif dan keberhasilan Jokowi terutama di NTB. Terutama bagi warga *Nahdliyin* selalu disampaikan bahwa bentuk kepedulian Jokowi kepada NW adalah dengan ditetapkan pendiri NW yaitu TGKH. Muhammad Zainuddin Abdul Madjid sebagai pahlawan nasional. Pada pemilihan umum Presiden tahun 2019, isu SARA (Suku, Agama, Ras, Antargolongan) menjadi topik utama pembahasan yang hangat di tengah masyarakat, seperti

ketidakberpihakan kepada umat Islam, isu komunis, hingga isu pro terhadap asing dan cina. Panasnya isu-isu SARA merupakan bentuk politik identitas masih terus dijalankan untuk mencapai tujuan politik. Dalam setiap agenda politik yang diselenggarakan oleh ulama NW Pancor selalu disampaikan bahwa kepedulian pasangan Jokowi-Ma'ruf terhadap ummat Islam di Indonesia, seperti yang disampaikan oleh TGB (Ketua Umum PBNW) dalam pidatonya bahwa bentuk kepedulian pemerintah terhadap ummat Islam adalah dengan perlindungan keamanan dan kebebasan umat Islam dalam menyelenggarakan kegiatan keagamaan, TGB bahkan membandingkannya dengan negara-negara di timur tengah bahwa dalam menyelenggarakan kegiatan keagamaan seperti di Indonesia tidak pernah ditemukan di negara-negara timur tengah sekalipun. Selain itu bentuk kepedulian Jokowi kepada umat Islam adalah dengan memilih calon Wakil Presiden dari kalangan tokoh ulama yaitu Prof. Dr. KH. Ma'ruf Amin yang saat itu menjabat sebagai ketua MUI (Majelis Ulama Indonesia).

2) *Audience Salience* (tingkat menonjol bagi khalayak). Sasaran utama dalam pembentukan opini publik oleh ulama NW Pancor adalah masyarakat NTB dan *Nahdliyin/Nahdliyat*. Seperti yang

peneliti sampaikan sebelumnya, isu yang hangat dibicarakan di tengah khalayak adalah isu SARA. Bagi *Nahdliyin* atau *Nahdliyat* NW Pancor, sosok ulama merupakan tokoh yang sangat disegani, selain sebagai guru figur seorang ulama juga diyakini mampu sebagai panutan masyarakat bahkan dalam menentukan arah dukungan politik sekalipun. Selain isu yang disampaikan dalam setiap agenda politik ulama NW Pancor sangat relevan dengan isu yang dibicarakan di tengah masyarakat, kedekatan secara spiritual dan sosial antara masyarakat NTB dengan sosok Tuan Guru atau ulama sangat dekat. Terlebih lagi dengan pembawaan secara persuasif oleh Ketua Umum PBNW bahwa warga *Nahdliyin* harus bisa membalas kebaikan atas ditetapkannya pendiri NW sebagai pahlawan Nasional.

- 3) *Valence* (menyenangkan atau tidak cara pemberitaan atau penyampaian suatu peristiwa). Masyarakat NTB dikenal dengan masyarakat yang sangat menjunjung tinggi nilai-nilai keagamaan, hal ini bisa dilihat dengan Nahdlatul Wathan merupakan ormas Islam terbesar di NTB. Oleh karena itu, seperti yang disampaikan oleh TGH. Yusuf Ma'mun (Rais 'Aam PBNW) bahwa agenda-agenda politik ulama NW Pancor lebih banyak dalam bentuk pengajian.

b. Agenda publik

Agenda media dalam banyak hal mempengaruhi atau berinteraksi dengan dengan agenda publik. Pernyataan ini memunculkan pernyataannya seberapa besar kekuatan media mampu mempengaruhi agenda publik dan bagaimana publik itu melakukannya. Ulama NW Pancor memiliki kekuatan dan elektabilitas yang sangat kuat di NTB, terbukti dari kemenangan pasangan Prabowo-Hatta pada pemilihan umum Presiden tahun 2014 di NTB yang mana pada saat itu ulama NW Pancor memberikan dukungan kepada Prabowo, kemudian terpilihnya TGB menjadi gubernur NTB selama dua periode sekarang dilanjutkan oleh kakaknya Siti Rohmi Djalilah yang terpilih menjadi Wakil gubernur NTB. Ini membuktikan bahwa agenda ulama NW Pancor pada setiap pemilihan sebelumnya mampu mempengaruhi agenda publik dalam menentukan pilihan politiknya. Ada tiga dimensi yang berkaitan dengan agenda publik antara lain:

- 1) *Familiarity* (keakraban), Nahdlatul Wathan menjadi ormas Islam terbesar di NTB memiliki yayasan dan Pondok Pesantren terbesar di Pulau Lombok. Ulama NW Pancor dengan masyarakat NTB tentu memiliki kedekatan baik dari segi sosial maupun spiritual, bukan hanya sebagai murid dan guru, melainkan sosok ulama dianggap mampu sebagai kontrol

masyarakat yang mampu memimpin untuk tercapai keadilan dan kesejahteraan.

- 2) *Personal Salience* (penonjolan pribadi), TGB selalu menjadi sosok utama dalam setiap agenda politik ulama NW Pancor. TGB merupakan tokoh yang sangat berpengaruh di NTB, selain sebagai ulama yang memimpin ormas Islam terbesar di NTB, ia juga merupakan mantan gubernur NTB yang telah mampu merubah banyak sektor menjadi lebih baik sehingga menoreh banyak prestasi. Selain itu, sosok KH. Ma'ruf Amin selalu ditonjolkan dalam agenda politik ulama NW Pancor. KH. Ma'ruf merupakan tokoh ulama di Indonesia, sehingga masyarakat NW lebih mampu menerimanya sebagai calon Wakil Presiden mendampingi Jokowi untuk memimpin Indonesia.
- 3) *Favorability* (kesenangan), masyarakat NTB terlebih dengan *Nahdliyyim* NW Pancor dengan kehidupan sosial yang sangat memegang erat nilai-nilai keagamaan akan sangat antusias apabila ada kegiatan-kegiatan keagamaan seperti pengajian akbar dan sebagainya. Oleh karenanya ketika agenda politik ulama NW Pancor dibungkus dengan kegiatan keagamaan maka akan lebih meranik perhatian masyarakat.

c. Agenda Kebijakan

Agenda publik mempengaruhi atau berinteraksi kedalam agenda kebijakan. Agenda kebijakan adalah pembuatan kebijakan publik yang dianggap penting bagi individu. Setelah ulama NW Pancor telah menyelenggarakan agenda-agenda politik dan mampu diterima oleh khalayak maka kebijakan yang harus dilakukan adalah mendukung dan memilih pasangan capres nomor urut 01 Jokowi-Ma'ruf pada pemilihan umum Presiden tahun 2019. Dimesi yang berkaitan dengan agenda kebijakan antara lain:

- 1) *Support* (dukungan), keberhasilan ulama NW Pancor untuk memenangkan pasangan capres dan cawapres 01 Jokowi-Ma'ruf apabila mendapatkan dukungan dari masyarakat. Pada pemilihan umum Presiden tahun 2019 pasangan Jokowi Ma'ruf terpilih menjadi Presiden dan Wakil Presiden setelah ditetapkan oleh KPU pada tanggal 21 mei 2019 dengan presentase suara 55.5% untuk pasangan 01 Jokowi-Ma'ruf dan 44,5% untuk pasangan 02 Prabowo- Sandiaga Uno. Di NTB pasangan Prabowo-Sandiaga Uno lebih unggul 68% dari pasangan Jokowi-Ma'ruf yang mendapat 32% suara. Walaupun tidak mencapai target kemenangan di NTB, namun dengan upaya ulama NW Pancor yang telah menyelenggarakan berbagai agenda-agenda politik bisa

dikatakan berhasil dalam menaikkan suara bagi pasangan Jokowi-Ma'ruf dibanding pemilihan umum Presiden 2014 sebelumnya. Pada pemilihan umum Presiden tahun 2014 lalu pasangan Jokowi-Jusuf Kalla kalah telah dari pasangan Prabowo-Hatta dengan presentase suara 72,5% untuk Prabowo dan 27,5 untuk Jokowi. Ada beberapa penyebab tidak tercapainya target kemenangan pasangan Jokowi-Ma'ruf di NTB, antara lain karena perubahan arah dukungan politik ulama NW Pancor pada pemilihan umum Presiden 2019, permainan politik identitas dengan mengedepankan isu SARA mengakibatkan polarisasi di tengah masyarakat. Bahkan diwilayah Pancor yang menjadi pusat Nahdlatul Wathan Pancor, Pasangan Jokowi-Ma'ruf menang tipis dengan perolehan suara 55,7 % dari pasangan Prabowo-Sandiaga Uno yang mendapatkan suara 44,3%.

- 2) *Freedom of action* (kebebasan bertindak), seperti yang disampaikan oleh TGH. Yusuf Ma'mun selaku Rais 'Aam PBNW bahwa ulama NW Pancor tidak memaksakan masyarakat untuk menentukan arah pilihan pada pemilihan umum Presiden 2019. Masyarakat diberikan kebebasan dalam memilih sesuai dengan hati nurani mereka, ulama NW Pancor hanya berupaya memberikan gambaran arah

dukungan politiknya pada pemilihan umum Presiden 2019, sehingga dengan harapan bahwa setelah diberikan pemahaman maka masyarakat dengan penuh keyakinan juga memilih sesuai dengan yang diarahkan oleh ulama NW Pancor.

E. Kesimpulan / Penutup

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa strategi komunikasi politik yang digunakan ulama Nahdlatul Wathan Pancor pada pemilihan umum Presiden tahun 2019 dalam membentuk opini publik adalah dengan mengandakan berbagai agenda-agenda politik. Agenda-agenda politik tersebut antara lain:

F. Daftar Pustaka

- Arifin, Anwar. 2011. *Komunikasi Politik, Paradigma, Teori, Aplikasi, Strategi Komunikasi Politik Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Cagara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik, Konsep, Teori dan Strategi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Chabibi, Muhammad. 2020. Polemik Marketing Politik antara Image dan

- Substansi, *Jurnal al-Tsiqoh: Dakwah dan Ekonomi*, Vol. 5 No. 1.
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Fatikh, M. Alfin. 2019. Komunikasi Citra Jokowi Pasca Viral #2019gantiPresiden, *Jurnal al-Tsiqoh: Dakwah dan Ekonomi*, Vol. 4 No. 1.
- Fealy , Greg. 2003. *Ijtihad Politik Ulama : Sejarah Nahdlatul Ulama, 1952-1967*, Yogyakarta : LKis.
- Heelena, Olli. 2007. *Opini Publik*. Jakarta : PT. Indeks.
- Heryanto, Gun Gun. 2018. *Problematika Komunikasi Politik, Bingkai Politik Indonesia Kontemporer*, Yogyakarta : IRCiSoD.
- Laksono, Puji. 2019. Kuasa Media Dalam Komunikasi Massa, *Jurnal al-Tsiqoh: Dakwah dan Ekonomi*, Vol. 4 No. 2.
- Moleong, Lexy J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Nimmo, Dan. 2002. *Komunikasi Politik (Komunikator, Pesan dan Media)*. Terjemah: Tjun Surjaman. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Schrorder , Peter. 1999. *Strategi Politik*. Jakarta : PT Grasindo.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tamburaka, Apriadi. 2012. *Agenda setting Media Massa*, Jakarta : Rajawali.
- Tanzeh, Ahmad. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Wahid, Umaimah. 2016. *Komunikasi Politik Teori, Konsep, Dan Aplikasi Pada Era Media Baru*. Bandung : Simbiosis.
- <https://pemilu2019.kpu.go.id/#/ppwp/hitung-suara/>
- www.hamzanwadi.ac.id