

**EKSISTENSI DAI DALAM MEMBANGUN
PENCITRAAN POLITIK KANDIDAT PADA PEMILIHAN
WALIKOTA MEDAN TAHUN 2015**

DISERTASI

Oleh:

JOKO SUSANTO

NIM : 94312040310

Program Studi

KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Joko Susanto
NIM : 94312040310
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Disertasi : Eksistensi Dai Dalam Membangun Pencitraan Politik
Kandidat Pada Pemilihan Walikota Medan Tahun 2015.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa disertasi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bebas dari peniruan terhadap karya dari orang lain. Adapun pendapat dan tulisan orang lain dikutip sesuai dengan aturan penulisan karya ilmiah yang berlaku.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam disertasi ini terkandung ciri-ciri plagiat dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Medan, 7 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,



JOKO SUSANTO

EKSISTENSI
PADA

Dapat Disetu
Gelar Do
Fakulta

Promot

Prof. Dr. Ab
NIDN. 203

PENGESAHAN



**EKSISTENSI DAI DALAM MEMBANGUN
PENCITRAAN POLITIK KANDIDAT PADA PEMILIHAN
WALIKOTA MEDAN TAHUN 2015**

JOKO SUSANTO

ABSTRAK

NIM : 94312040310
Promotor I : Prof. Dr. H. Abdullah, M.Si
Promotor II : Prof. Dr. Katimin, MA
Tempat, Tgl. Lahir : Cinta Rakyat, 9 September 1981
Nama Ayah : Suryadi
Nama Ibu : Jumani

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana eksistensi dai dalam membangun pencitraan politik kandidat pada pemilihan Walikota Medan Tahun 2015. Selanjutnya, secara khusus peneliti ingin mengungkap keterlibatan dai pada pemilihan Walikota Medan Tahun 2015, motivasi dai terlibat pada pemilihan Walikota, strategi dai membangun pencitraan kandidat, dan etika komunikasi dai dalam membangun pencitraan kandidat pada pemilihan Walikota.

Penelitian ini merupakan penelitian komunikasi politik dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Informan penelitian dipilih melalui teknik bola salju (*snowball*). Data yang diperoleh kemudian diproses dengan menggunakan Miles dan Huberman, yaitu melalui tiga langkah, pertama mereduksi data, penyajian data dan terakhir penarikan atau verifikasi kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan dai pada pemilihan Walikota Medan Tahun 2015, terdapat dai yang mendukung kandidat secara langsung, yang mendukung secara tidak langsung, kelompok dai yang bersikap netral dan kelompok dai yang menolak. Motivasi keterlibatan dai didasarkan pada motif kekuasaan dan motif keuntungan pribadi maupun kelompok. Strategi yang digunakan dai dalam membangun citra kandidat dilakukan dengan merawat ketokohan kandidat dengan cara menghadirkan kandidat pada acara keagamaan, mendampingi kandidat pada acara keagamaan, tampil di panggung kampanye kandidat dan menjelaskan visi dan misi kandidat kepada jamaah. Selanjutnya, strategi yang dilakukan dai dengan mengemas pesan-pesan politik secara informatif dan persuasif dengan pendekatan yang bersifat *fear appeal*, *emotional appeal*, serta *reward appeal*. Media yang digunakan dai sebagai alat pencitraan kandidat adalah media langsung (*face to face*) secara pribadi maupun kelompok. Selain itu digunakan juga media cetak (koran, brosur, blutir) dan *new media* yaitu *website*, *whatsApp* dan *facebook*. Dalam kegiatan pencitraan politik, dai masih terlihat mengabaikan nilai-nilai etika komunikasi yaitu dai masih melakukan kampanye hitam dan tidak konsisten antara ucapan dengan perbuatan.

Kata Kunci: Dai, Pencitraan Politik Kandidat, Pemilihan Walikota Medan



**THE EXISTENCE OF THE PREACHER MAN IN DEVELOPING
CANDIDATE POLITICAL IMAGING ON THE ELECTION FOR
MAYOR OF MEDAN, 2015**

JOKO SUSANTO

ABSTRACT

Student ID Number : 94312040310
Advisor I : Prof. Dr. H. Abdullah, M.Si
Advisor II : Prof. Dr. Katimin, MA
Place, Date of Birth : Cinta Rakyat, 9 September 1981
Father's Name : Suryadi
Mother's Name : Jumani

This study aims to explain how the existence of the preacher man in developing the candidate political imaging on the election for Mayor of Medan in 2015. Furthermore, the researcher specifically wants to reveal the involvement of the preacher man on the election of the Mayor of Medan in 2015, the motivation of being involved on the selection of the Mayor, the strategy of developing the imaging of candidates, and preacher man communication ethics on developing the candidate political imaging on the election for Mayor.

This research is a political communication research using qualitative research methods. Data collection techniques carried out by interview, observation and documentation. Research informants were selected through the snowball technique. The data obtained is then processed using Miles and Huberman, namely through three steps, first reducing the data, presenting the data and finally drawing or verifying conclusions.

The results of this study indicate that the involvement of preacher man on the election for Mayor of Medan in 2015, there are preachers who support candidates directly, those who support indirectly, those who are neutral and those who refuse. The motivation of the preacher's involvement is based on the motive for power and the motive for personal and group gain. The strategy used in developing the image of the candidate is carried out by caring for the candidate's character by presenting the candidate at a religious event, accompanying the candidate at a religious event, appearing on the candidate's campaign stage and explaining the candidate's vision and mission to pilgrims. Furthermore, the strategy is carried out by packaging political messages in an informative and persuasive manner with approaches that are fear appeal, emotional appeal, and reward appeal. The media used by the candidate as a tool for imaging candidates is direct (face to face) media both personally and in groups. In addition, print media (newspapers, brochures, blutin) and new media are also used, namely websites, WhatsApp and Facebook. In political imaging activities, he still seems to ignore the ethical values of communication, that is, he is still carrying out a black campaign and is inconsistent between words and deeds.

Keywords: Preacher Man, Candidate Political Imaging, Mayor of Medan Election



كيان الدعوة في تكوين تزيين صيت المرشح عند انتخاب
رئيس المدينة ميدان
في سنة 2015 ميلادية

جوكو سوسانتو

مستخلص البحث

رقم القيد 94312040310:
المروّج الأول : الأستاذ الدكتور الحاج عبد الله الماجستير
المروّج الثاني : الأستاذ الدكتور كاتمين الماجستير
التاريخ ومكان الميلاد : جينتي رعية, 9 من سبتمبر سنة 1981 م
إسم الأب : سوريادي
إسم الأم : جوماني

يهدف هذا البحث إلى بيان كيان الدعوة في تكوين تزيين المرشح عند انتخاب رئيس المدينة ميدان في سنة 2015 ميلادية. وبالتالي يسعى الباحث في كشف اشتراك الدعوة في انتخاب رئيس المدينة سنة 2015م و بواعث الدعوة في مشاركتهم في انتخاب رئيس المدينة و استراتيجيتهم في تزيين صيت المرشح و سلوك اتصال الدعوة في تكوين تزيين المرشح عند انتخاب رئيس المدينة.

هذا البحث هو البحث الاتصال السياسي باستخدام طريقة البحث النوعي. وينتخب المستجيبون بطريقة كرة الثلج, والبيانات المحسولة تمت تحليلها بطريقة تحليل Miles و Huberman من خلال ثلاث خطوات هي تنقيح البيانات وعرضها و استنتاجها.

وتدلّ نتائج البحث على أن مشاركة الدعاة في انتخاب رئيس المدينة ميدان في سنة 2015 م , فهناك من يشجع على طريقة المباشرة وغير المباشرة. وهناك فئة الدعاة غير منحازين وفئة المعارضة. وبواعث مشاركتهم في هذه المناسبة هي السعي إلى السلطة و المنافع النفسية أو الفرقية.وأما استراتيجيتهم في تكوين تزيين صيت المرشح من خلال معالجة شهرة المرشح باحضاره في المراسم الدينية أو مرافقة المرشح في الحفلات الدينية و القيام في مسرح تنصيب المرشح ببيان رؤية المرشح و رسالته نحو جماعة المسلمين الحاضرين. وتلبها الاستراتيجية التي قام بها الدعاة بتزيين المقالات السياسية على نهج اعلاني و تقريبي بنمط التخويف و الانفعالي و الجائزة. والوسائل المستخدمة في هذا الصدد هي الوسيلة المباشرة (وجه بوجه) شخصيا أو جماعة. وكذا الوسائل الطباعية (الجرائد و المروجة و الصفحات الإعلامية) والوسائل الجديدة كالمواقع الإلكترونية و *whatsApp* و *facebook*. وفي أنشطة تزيين السياسي فقد أهمل الدعاة القيم الإتصالية مثل استخدامهم طريقة الحملة السوداء و عدم موافقة بين القول والفعل.

كلمات المفاتيح: الدعاة , تزيين صيت المرشح السياسي, انتخاب رئيس المدينة ميدان

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, Tuhan yang Maha Kuasa atas limpahan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Salawat serta salam disampaikan juga kepada junjungan alam Nabi Muhammad saw sosok tauladan yang menjadi sumber inspirasi dan petunjuk umat Islam menuju kebaikan dan kebahagiaan di dunia maupun akhirat kelak.

Disertasi yang berjudul Eksistensi Dai Dalam Membangun Pencitraan Politik Kandidat Pada Pemilihan Walikota Medan Tahun 2015 ini merupakan kajian pada disiplin ilmu Komunikasi Politik dan secara khusus menelaah suatu fenomena yang telah terjadi di tengah masyarakat Kota Medan, khususnya yang terkait dengan dai dan dinamika pemilihan kepala daerah secara langsung. Penulis memahami bahwa dai adalah tokoh atau elit keagamaan dan memiliki peran yang tinggi di tengah umat Islam khususnya. Peran dai tidak hanya pada wilayah keagamaan semata, namun juga telah terlibat aktif pada peran-peran sosial dan politik di tengah masyarakat secara luas di Kota Medan. Satu sisi, eksistensi dai terus terlihat menghiasi panggung-panggung politik di Kota Medan dengan melakukan peran-peran khusus yang dimainkan sesuai dengan kepentingan dan tujuan tertentu. Sehingga, disertasi ini ditulis sebagai bentuk jawaban

atas keingintahuan penulis terhadap hal-hal yang berkaitan dengan keterlibatan dai, motivasi dai dan cara-cara yang dilakukan dai serta nilai-nilai yang dipraktekkan dai dalam membangun pencitraan politik kandidat pada pemilihan Walikota Medan Tahun 2015.

Penulis menyadari bahwa untuk mengungkap informasi dan data secara konferhensif terkait penelitian ini bukanlah hal yang mudah sehingga penelitian ini baru dapat diselesaikan dalam waktu kurang lebih tiga tahun lamanya. Secara umum peneliti tidak mengalami kendala yang berarti dalam mendapatkan informasi dan data dari berbagai sumber yang terkait. Bahkan semua pihak turut membantu dan memberi apresiasi yang tinggi terhadap penelitian ini dan merekomendasikan agar penelitian ini dapat melahirkan buku tentang "*Kiprah politik dai di Kota Medan*"

Akhirnya, penulis sangat bergembira dan bersyukur karena penelitian ini dapat diselesaikan dan mudah-mudahan memberi manfaat untuk semua pihak. Terutama bagi para akademisi, baik dosen maupun mahasiswa dapat menjadi bahan bacaan dan referensi dalam menambah khazanah kajian ilmu komunikasi politik. selanjutnya, bagi para politisi penelitian ini dapat menjadi masukan dan gambaran dalam mengelola pencitraan politik di tengah khalayak pada kegiatan pemilihan umum. Secara khususnya, penelitian ini juga sangat baik untuk bahan renungan bagi dai yang terjun langsung pada wilayah politik praktis.

Medan, Juli 2020

Joko Susanto
NIM. 94312040310

UCAPAN TERIMA KASIH

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan Nama Allah yang maha pengasih dan maha penyayang, atas ratmat dan hidayah Nya penulis dapat menyelesaikan disertasi ini. Untuk itu penulis ucapkan rasa syukur kehadiratnya Nya seraya mengucapkan segali puji bagi Allah tuhan semesta alam yang telah memberikan rahmat dan hidayah Nya sehingga selesainya disertasi ini yang merupakan suatu persyaratan akademik guna memperoleh gelar doktor pada Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Pascasarjana UIN Sumatera Utara.

Shalawat beriring salam kepada baginda rasulullah saw yang telah membimbing ummatnya dari alam kejahilan kealam yang gemerlapnya ilmu pengetahuan. Ia telah menuntun ummatnya dari paradigma berpikir yang miskin peradaban moral menuju kepada paradigma berpikir yang kaya akan peradaban moral, etika, estetika, humaniora, ilmu pengetahuan dan teknologi.

Penulisan disertasi ini tidak akan selesai tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, terutama doa dari kedua orang tua peneliti, yaitu Suryadi bin Rahman (almarhum) dan Jumani binti Paino serta motivasi dari isteri tercinta Siti Aisyah S.Pd.I. Begitu juga buah hati tercinta Muhammad Alif Susanto, Maisyah Putri Susanto dan Muhammad Azam Susanto yang terus kehilangan perhatian dan kasih sayang karena waktu yang tersita untuk menyelesaikan studi.

Penulis juga menghaturkan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Rektor UIN Sumatera Utara Prof. DR. H. Saidurrahman, M.Ag.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SU Medan Dr. Soiman, MA.
3. Prof. Dr. H. Abdullah, M.Si, selaku pembimbing I dan Prof. Dr. Katimin, MA, selaku pembimbing II telah meluangkan waktu untuk mengajarkan dan membimbing, serta mengarahkan saya dalam penyelesaian disertasi ini.
4. Dr. Ahmad Thamrin SK, MA selaku Ketua Prodi yang selalu memotivasi dalam penyelesaian disertasi ini.
5. Teman-teman seangkatan pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam telah memberikan motivasi dan semangat untuk saya sehingga diserta ini selesai.

6. Tidak lupa pula penulis ucapkan terima kasih kepada civitas akademika Program Pascasarjana UIN Sumatera Utara yang telah melayani kami sejak masuk menjadi mahasiswa sampai saat ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan Alhamdulillah disertasi ini dapat terselesaikan dan menjadi salah satu syarat menyelesaikan program doktor Pascasarjana UIN Sumatera Utara Medan. Semoga menjadi manfaat bagi peneliti dan menjadi rujukan bagi dunia penelitian dan bermanfaat bagi dunia pendidikan. Peneliti menyadari bahwa karya ini masih terdapat ketidak-sempurnaan, karenanya saran dan kritikan konstruktif dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan dimasa depan.

Wassalam

Medan, Agustus 2020

Joko Susanto

NIM : 94312040310

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan

dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	je
ح	ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	kadan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	Es dan ye
ص	sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	ṭ	te (dengan titi di bawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	„ain	„	Koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	waw	w	we
ه	ha	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya	y	ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda dan harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	a
ِ	Kasrah	I	I
ُ	ḍammah	U	u

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan huruf	Nama
َـ ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
َـ و	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كاتب	: kataba
فعل	: fa`ala
ذكر	: zukira
يذهب	: yaḏhabu
سئل	: suila
له	: haula

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
َـ ا	<i>Fathah</i> dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ِـ ي	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī	i dan garis di atas
ُـ و	<i>Dammah</i> dan wau	Ū	u dan garis di atas

d. Ta Marbūṭah

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua:

1) *Ta marbūṭah* hidup

Ta marbūṭah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan ḍammah, transliterasinya adalah /t/.

2) *Ta marbūṭah* mati

Ta marbūṭah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

3) Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūṭah* itu transliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

1. raḍāḥ al-aṭfāl	: لبطال ااضور
2. al-madīnah al-munawwarah	: نبطنا قزى بونا
3. ṭalḥah	: نبط

e. Syaddah (*Tasydîd*)

Syaddah atau *tasydîd* yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama

dengan yang diberikan tanda syaddah itu.

Contoh:

rabbanā	: ربّ
nazzala	: نزل
al-ḥajj	: حجّ
nu,,,ima	: عمّ

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ل, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

1) Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf syamsiah maupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- ar-rajulu	: امرئ
- as-sayyidatu	: سيّدة
- asy-syamsu	: شمس
- al-qalamu	: قلم
- al-badī,,u	: بدنيّ
- al-jalālu	: لاجل

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- ta"khuzūna	: أنورخ
-an-nau,,u	: عيوننا
- syai"un	: ئيش
- inna	: نا
- umirtu	: شم
- akala	: ك:

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* (kata benda) maupun *harf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya:

Contoh:

- Wa innallāha lahua khair ar rāziqīn : ن ا و الله ى ه ن س يخ ح ي ق ن ا س ن ا
- Fa aufū al-kaila wa al-mīzāna : ا ف و ب ن ا ص ي ح ن ا و م ي ل ن ا

- Fa auful kaila wal mīzāna : انوف ن اصم او مي اننا
- Ibrāhīm al-Khalīl : ميهاسبا ح يهخنا
- Ibrāhīm al-Khalīl : ميهاسبا ح يهخنا
- Bismillāhi majrehā wa mursāha : معب الله به يسجم بهطس مو
- Walillāhi „ala an-nāsi hijju al baiti : ليو ه ع ضبينا جي يننا ج ح
- Walillāhi „alan-nasi hijjul-baiti : ليو ه ع ضبينا جي يننا ج ح
- Man istaṭā,,a ilaihi sabīla : هم عبطظا هينا ل ا يبط:

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bila mana diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- *Wa mā Muḥammadun illā rasūl*
- *Inna awwala baitin wudi" a linnāsi lallaḏī bi Bakkata mubārakan*
- *Syahru Ramaḏānal-laḏī unzila fīhil-Qur"ānu*
- *Syahru Ramaḏāna al-laḏī unzila fīhi al-Qur"ānu*
- *Wa laqad ra"āhu bi al- ufuq al-mubīn*
- *Wa laqad ra"āhu bil- ufuqil-mubīn*
- *Alḥamdu lillāhi rabbil"ālamīn*

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh:

- *Naṣrun minallāhi wa fathun qarīb*
- *Lillāhi al-amru jamī"an*
- *Lillāhil-amru jamī"an*
- *Wallāhu bikulli sya" in "alīm*

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu, peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan ilmu tajwid.

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	: i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	: ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	: iii
ABSTRAK.....	: iv
KATA PENGANTAR.....	: v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	: vi
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	: vii
DAFTAR ISI.....	: viii
DAFTAR TABEL	:
DAFTAR GAMBAR	:

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	: 1
B. Perumusan Masalah.....	: 6
C. Batasan istilah.....	: 6
D. Tujuan Penelitian.....	: 8
E. Kegunaan Penelitian.....	: 8
F. Sistematika Pembahasan.....	: 9

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Komunikasi Politik.....	: 11
a. Unsur-Unsur Komunikasi Politik.....	: 16
b. Bentuk-Bentuk Komunikasi Politik.....	: 28
c. Tujuan Komunikasi Politik.....	: 36
B. Pencitraan Politik.....	: 43
a. Membangun Citra Politik.....	: 47
b. Prinsip Pencitraan Politik.....	: 52
c. Etika Pencitraan Politik Perspektif Komunikasi Islami.....	: 55
C. Strategi Pencitraan Politik.....	: 73
a. Strategi Merawat Ketokohan Dan Kelembagaan.....	: 75
b. Strategi Memilih Pesan..... X	: 79

c. Strategi Memilih Media.....	: 83
D. Eksistensi Dai Dalam Politik.....	: 87
a. Memahami Dai Pada Wilayah Politik.....	: 87
b. Politik Dalam Pandangan Islam.....	: 92
c. Kewajiban Memilih Pemimpin Dalam Islam.....	: 98
d. Teori Elit.....	: 102
e. Teori Dramaturgi.....	: 104
E. Pemilihan Kepala Daerah.....	: 108
a. Membangun Demokrasi Lokal.....	: 108
b. Dasar Hukum Pilkada Langsung.....	: 110
c. Tahapan Pelaksanaan Pilkada Langsung.....	: 112
F. Kerangka konsep.....	: 112
G. Kajian Terdahulu.....	: 114

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	: 122
B. Informan Penelitian.....	: 123
C. Sumber Data.....	: 125
D. Tehnik Pengumpulan Data.....	: 125
E. Tehnik Analisis Data.....	: 127
F. Tehnik <i>Validitas</i> dan <i>Objektivitas</i> Data.....	: 128

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	: 129
a. Gambaran Umum Kota Medan.....	: 129
b. Gambaran Umum Pilkada Kota Medan.....	: 135
c. Keterlibatan Dai Pada Pemilihan Walikota Medan Tahun 2015.....	: 149
d. Motivasi Keterlibatan Dai Pada Pemilihan Walikota Medan Tahun 2015.....	: 169
e. Strategi Dai Membangun Pencitraan Politik Kandidat Pada Pemilihan Walikota Medan Tahun 2015.....	: 184

f. Etika Pencitraan Politik Kandidat Pada Pemilihan Walikota Medan Tahun 2015.....	: 217
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	: 230
a. Keterlibatan Dai Pada Pemilihan Walikota Medan Tahun 2015.....	: 230
b. Motivasi Keterlibatan Dai Pada Pemilihan Walikota Medan Tahun 2015.....	: 239
c. Strategi Dai Membangun Pencitraan Politik Kandidat Pada Pemilihan Walikota Medan Tahun 2015.....	: 251
d. Etika Komunikasi Dai Dalam Melakukan Pencitraan Politik Kandidat Pada Pemilihan Walikota Medan Tahun 2015.....	: 264
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	: 270
B. Saran	: 272
DAFTAR PUSTAKA	274
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.	Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pemilihan Walikota Medan Periode Tahun 2005, 2010 dan 2015.....	5
2.	Sitematika Pembahasan.....	9
3.	Informan Penelitian.....	122
4.	Penduduk Kota Medan Menurut Kelompok Umur & Jenis Kelamin tahun 2015.....	131
5.	Penduduk Kota Medan Menurut Jenis Kelamin tahun 2000, 2009, 2015.....	131
6.	Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin tahun 2015.....	132
7.	Jumlah Penduduk Kota Medan Menurut Kecamatan dan Agama yang dianut tahun 2015.....	133
8.	Tempat Peribadatan di Kota Medan Menurut Kecamatan dan Agama tahun 2015.....	134
9.	Nama Calon, Nomor Urut Calon dan Partai Pendukung Calon.....	135
10.	Hasil Perolehan Suara Kandidat Walikota Medan 2015.....	143

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
1.	Faktor Determinan Memilih Firmanzah.....	26
2.	Skemsa Konstruksi Image Firmansyah	51
3.	Kerangka Konsep.....	114
4.	Skema Analisa Data Miles dan Huberman	126
5.	Berita Harian Waspada Medan, tanggal 3 Desember 2015. Dzulmi Eldin menghadiri acara <i>Tabligh Akbar & Zikir</i> dan Doa.....	209
6.	Berita Harian Waspada Medan, tanggal 31 Oktober 2015. Acara <i>Tabligh Akbar, Zikir dan Shalawat Pasangan REDI...</i>	210
7.	<i>Facebook</i> Ustaz Damri Tambunan, tanggal 2 Agustus 2015.....	210
8.	<i>Facebook</i> Ustaz Damri Tambunan, tanggal 4 September 2015.....	212
9.	<i>Facebook</i> Damri Tambunan, tanggal 19 September 2015.....	213
10.	<i>Facebook</i> Damri Tambunan, tanggal 20 September 2015.....	213
11.	<i>Facebook</i> Damri Tambunan, tanggal 8 Desember 2015.....	213
12.	<i>Facebook</i> M. Daud Sagita, tanggal 30 Oktober 2015.....	214
13.	<i>Facebook</i> M. Daud Sagita, tanggal 10 Nopember 2015.....	215
14.	<i>Facebook</i> M. Daud Sagita, tanggal 11 Nopember 2015.....	215
15.	<i>Facebook</i> M. Daud Sagita, tanggal 11 Nopember 2015.....	216
16.	<i>Facebook</i> M. Daud Sagita, tanggal 9 Desember 2015.....	216
17.	<i>Facebook</i> Pendukung REDI.....	217
18.	Hubungan Dakwah Struktural dengan Islam <i>Rahmatan lil</i> <i>'Alamin</i>	218

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pencitraan politik merupakan bentuk komunikasi politik yang tampak dan sering dilakukan pada masa-masa kampanye pemilihan umum. Kegiatan tersebut dilakukan melalui berbagai kegiatan yang berisi pesan-pesan politik dari seseorang atau lembaga politik kepada orang lain dengan tujuan untuk membuka wawasan atau cara berpikir, serta memengaruhi sikap dan tingkah laku masyarakat yang menjadi target politik. Dalam pengertian yang sederhana disebutkan bahwa pencitraan politik adalah komunikasi yang dilakukan untuk memenangkan suatu pemilihan umum. Sehingga, pencitraan politik syarat dengan penyampaian pesan-pesan politik dari komunikator politik kepada khalayak politik untuk tujuan-tujuan politik tertentu.

Pesan politik diartikan sebagai suatu pernyataan yang disampaikan secara tertulis maupun tidak tertulis, secara verbal maupun non verbal, tersembunyi maupun terang-terangan, yang disadari maupun tidak disadari yang isinya mengandung muatan politik. Misalnya pidato politik, undang-undang kepartaian, undang-undang pemilu, pernyataan politik, artikel atau isi buku/brosur dan berita surat kabar, radio, televisi dan internet yang berisi ulasan politik dan pemerintahan, puisi politik, spanduk atau baliho, iklan politik, propaganda, perang urat syaraf, makna logo, warna baju atau bendera, bahasa tubuh dan sebagainya.

Pesan politik dilakukan sebagai sebuah upaya untuk membangun dan atau menguatkan citra politik seorang kandidat maupun partai politik khususnya dalam momen-momen pemilihan umum. Membangun citra politik melalui pesan politik sangat penting di tengah membanjirnya informasi tentang politik di tengah-tengah masyarakat. Hal tersebut didasarkan bahwa citra politik memiliki kekuatan untuk memotivasi aktor atau individu untuk melakukan suatu hal. Citra politik tersebut terbentuk berdasarkan informasi yang diterima masyarakat, baik langsung maupun melalui media massa. Citra politik berkaitan dengan pembentukan pendapat umum karena pada dasarnya pendapat umum politik terbangun melalui citra

politik. Sedangkan citra politik terwujud sebagai konsekuensi kognitif dari komunikasi politik.¹

Komunikasi politik menjadi aktivitas utama bagi partai politik maupun kandidat khususnya ketika terjadi kegiatan pemilihan umum, seperti pemilihan presiden, anggota legislatif dan kepala daerah secara langsung. Aktivitas komunikasi politik ini dilakukan sebagai upaya untuk menarik simpati dan meyakinkan pemilih untuk memilih suatu partai atau kandidat yang diusung melalui berbagai program yang ditawarkan, janji-janji politik dan isu-isu perubahan yang akan dilakukan jika terpilih nantinya.

Kegiatan komunikasi politik semakin menjadi perhatian publik setelah rezim orde baru tumbang, lahirlah orde reformasi yang ditandai dengan kebebasan berdemokrasi terbuka lebar di tengah-tengah masyarakat. Terlebih lagi ketika pemilihan kepala daerah (gubernur, bupati dan walikota) dipilih secara langsung oleh masyarakat, yang pertama sekali dilaksanakan pada tahun 2005. Tradisi baru dalam dunia politik di Indonesia ini dengan sendirinya telah mendorong berbagai elemen masyarakat di daerah terlibat dalam proses politik lokal di daerah, sehingga dinamika komunikasi politik semakin kompleks dan dinamis dalam upaya mewujudkan tatanan kehidupan politik yang demokratis di daerah.

Berbagai kegiatan komunikasi politik yang dilakukan pada masa pemilihan kepala daerah (pilkada) tidak sekedar dilakukan oleh para kandidat maupun partai politik pendukung masing-masing calon, melainkan ada banyak elit-elit lokal yang terlibat dan turut mengambil peran secara langsung maupun tidak langsung dalam ajang pesta demokrasi dan perebutan kekuasaan lima tahunan tersebut. Elit dipahami sebagai kelompok kecil orang dalam masyarakat yang memiliki pengaruh dalam masyarakat. Firdo Pareto mengatakan bahwa yang disebut dengan kelompok elit adalah sekelompok kecil individu yang memiliki kualitas-kualitas terbaik dalam masyarakat yang dapat menjangkau pusat kekuasaan sosial politik.² Kelompok elit tersebut meliputi elit birokrasi (pemerintah), elit partai politik, elit ekonomi, elit agama, dan elit masyarakat lainnya. Elit-elit inilah yang sesungguhnya dianggap memiliki modal politik dan

¹ Hafied Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 231.

² Elly M. Setiadi dan Usman Kolip, *Pengantar Sosiologi Politik* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013), h. 40.

peran penting dalam mewarnai dan bahkan menentukan arah politik dan pembangunan di suatu daerah.³

Dalam konteks politik lokal, elit agama sering kali menjadi perhatian tersendiri bagi sebagian partai politik maupun para kandidat kepala daerah. Elit agama dalam konteks politik lokal sering dijadikan sebagai alat legitimasi dan justifikasi oleh sebagian elit politik untuk sebuah kepentingan dan tujuan politik tertentu. Hal ini dilatarbelakangi oleh keyakinan bahwa elit agama memiliki modal-modal sosial dan simbolik berupa jamaah, pengetahuan agama dan kharisma yang membuat elit agama dipatuhi oleh masyarakat di daerah. Sehingga sering kali dalam sebuah pilkada, para kandidat dan partai politik bersilaturahmi ke berbagai pondok pesantren atau mengunjungi rumah-rumah kiai, ulama, tuan guru, ustaz dan dai untuk meminta doa serta dukungan politik.⁴

Keberadaan elit agama dalam politik selalu menarik untuk dikaji, khususnya dalam kegiatan pemilihan umum. Keberadaan elit agama tidak hanya dilihat ia sebagai seorang tokoh masyarakat maupun tokoh agama, melainkan memiliki banyak wajah (*multy faces*) yang menunjukkan kompleksitas perannya dalam kehidupan sosial politik di tengah-tengah masyarakat secara luas. Salah satu peran elit agama adalah keterlibatannya dalam dinamika politik praktis pada pemilihan kepala daerah secara langsung. Keterlibatannya dapat dilihat di panggung-panggung kampanye, mereka terlibat dalam melakukan komunikasi politik yang dinamis di tengah umat dan masyarakat secara luas untuk sebuah kepentingan politik yang diyakininya.

Elit agama dalam hal ini adalah dai yang terlibat secara aktif melakukan komunikasi politik dan melakukan pencitraan politik untuk kepentingan kandidat-kandidat kepala daerah. Kegiatan tersebut dilakukan dai sebagai upaya menanamkan kesan positif seorang kandidat kepala daerah di tengah-tengah masyarakat. Pencitraan dimaksudkan sebagai upaya untuk memengaruhi persepsi, emosi, kesadaran dan perilaku seseorang dan masyarakat untuk dapat digiring ke sebuah preferensi, pilihan dan keputusan politik tertentu. Dai dalam hal ini sama halnya dengan seorang *marketing* sebuah perusahaan yang berupaya menjual suatu produk tertentu dengan melakukan serangkaian strategi dan

³ Abd. Halim, *Politik Lokal: Pola, Aktor & Alur Dramatikalnya* (Yogyakarta: LP2B, 2014), h. 33.

⁴ *Ibid*, h. 147-148.

pendekatan untuk mengenalkan, memotivasi dan menyakinkan para konsumen untuk tertarik dan kemudian membeli produk yang ditawarkan tersebut.

Pencitraan politik yang dilakukan secara baik pada masa kampanye kepala daerah, tentunya akan memberikan efek positif bagi pemilih guna memberikan gambaran, motivasi dan kesadaran terhadap partisipasi masyarakat untuk menggunakan hak pilihnya pada pemilihan umum. Dengan kata lain, masyarakat harus memiliki kesan dan persepsi yang baik tentang sosok kandidat, semakin baik kesan yang dipersepsikan masyarakat terhadap seorang kandidat maka citra kandidat tersebut akan dengan sendirinya mendorong pemilih untuk hadir ke tempat pemungutan suara (TPS). Sebaliknya, jika kesan negatif yang muncul pada masa kampanye tentang sosok kandidat, maka hal itu juga akan memotivasi pemilih untuk tidak hadir memilih di TPS. Keterlibatan dai dalam hal ini adalah untuk menciptakan, membangun dan atau memperkuat citra positif seorang kandidat di tengah masyarakat dalam rangka memotivasi tingkat partisipasi masyarakat pemilih.

Partisipasi politik masyarakat sangat diharapkan dalam pelaksanaan pilkada langsung, hal itu merupakan salah satu aspek penting dalam mewujudkan tatanan politik yang demokratis. Partisipasi politik merupakan keikutsertaan warga masyarakat dalam kegiatan-kegiatan politik, baik secara aktif maupun pasif dan bersifat langsung maupun yang bersifat tidak langsung guna memengaruhi kebijakan pemerintah. Partisipasi politik masyarakat sangat berpengaruh terhadap suatu legitimasi masyarakat terhadap jalannya suatu pemerintahan. Dalam suatu pemilihan kepala daerah apabila partisipasi politik masyarakatnya tinggi dalam memilih pasangan calon kepala daerah, maka hal ini akan berpengaruh terhadap legitimasi masyarakat kepada pasangan calon yang terpilih nantinya.

Setiap masyarakat memiliki preferensi dan kepentingan masing-masing untuk menentukan pilihan mereka dalam pemilu. Bisa dikatakan bahwa masa depan pejabat publik yang terpilih dalam suatu pemilu tergantung pada preferensi masyarakat sebagai pemilih. Tidak hanya itu, partisipasi politik masyarakat dalam Pemilu dapat dipandang sebagai kontrol masyarakat terhadap suatu pemerintahan. Kontrol yang diberikan beragam tergantung dengan tingkat partisipasi politik masing-masing. Selain sebagai inti dari demokrasi, partisipasi politik juga berkaitan erat dengan pemenuhan hak-hak politik warga negara.

Selain itu partisipasi politik masyarakat merupakan gambaran umum bagaimana masyarakat menilai calon-calon pemimpinnya dan harapan-harapan masyarakat di masa yang akan datang.

Melihat dinamika pemilihan langsung Walikota Medan yang sudah berlangsung sebanyak tiga kali, yang pertama sekali dilaksanakan pada tahun 2005, kemudian tahun 2010 dan yang ketiga tahun 2015. Berdasarkan data yang diperoleh pada pemilihan langsung Walikota Medan tahun 2005, tingkat partisipasi politik masyarakat untuk memilih langsung dianggap cukup baik yaitu sekitar 54,70 % masyarakat yang memiliki hak pilih hadir menggunakan hak pilihnya. Selanjutnya, pada pemilihan Walikota dan Wakil Walikota tahun 2010 tingkat partisipasi politik masyarakat turun diangka 38,28 % pemilih yang hadir ke TPS untuk menggunakan hak pilihnya. Sementara pada pemilu tahun 2015 tingkat partisipasi masyarakat turun secara signifikan diangka 25,56 % pemilih yang hadir ke TPS menggunakan hak pilihnya.⁵ Persentase tersebut menunjukkan bahwa tingkat partisipasi politik masyarakat pada pemilihan Walikota Medan terus mengalami penurunan dari pemilu ke pemilu, sebagaimana terlihat pada tabel berikut:

Tabel 1
Tingkat Partisipasi Masyarakat Pada Pemilihan Walikota Medan

Pilkada	Daftar Pemilih / DPT	Pemilih Menggunakan Hak Pilih	Pemilih Menggunakan Hak Pilih (%)
Tahun 2005	1.450.596	793.529	54,70%
Tahun 2010			
Putaran I	1.961.837	699.991	35,68%
Putaran II	1.961.723	750.919	38,28%
Tahun 2015	1.985.096	507.351	25,56 %

Rendahnya tingkat partisipasi politik masyarakat pada pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Medan Tahun 2015 sangat memprihatinkan dari sisi demokrasi politik di tingkat lokal, seharusnya Kota Medan menjadi barometer pendidikan politik yang baik bagi daerah-daerah lainnya di Provinsi Sumatera

⁵ Sumber Data Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) Kota Medan.

Utara khususnya. Kasus demokrasi lokal di Kota Medan ini menjadi kajian yang menarik bagi peneliti untuk mengungkap fenomena tersebut, khususnya dalam pendekatan komunikasi politik.

Salah satu faktor yang menarik perhatian peneliti adalah keterlibatan dai sebagai elit keagamaan yang turut aktif melakukan komunikasi politik dan mendorong serta memengaruhi pilihan masyarakat dalam pemilihan Walikota Medan Tahun 2015. Eksistensi dai tersebut dan keterlibatannya dalam membangun pencitraan calon Walikota menjadi fokus peneliti, dengan mengambil judul: **Eksistensi Dai Dalam Membangun Pencitraan Politik Kandidat Pada Pemilihan Walikota Medan Tahun 2015.**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka masalah utama dalam penelitian ini adalah: Bagaimana Eksistensi Dai Dalam Membangun Pencitraan Politik Kandidat Pada Pemilihan Walikota Medan Tahun 2015. Selanjutnya pokok permasalahan utama tersebut dirincikan ke dalam beberapa sub masalah penelitian, yaitu sebagaimana berikut:

1. Bagaimana keterlibatan dai pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015?
2. Bagaimana motivasi dai terlibat pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015?
3. Bagaimana strategi dai membangun pencitraan politik kandidat pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015?
4. Bagaimana etika komunikasi dai dalam membangun pencitraan politik kandidat pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015 ?

C. Batasan Istilah

Untuk menghindari pemahaman yang beragam tentang masalah penelitian, maka peneliti memberikan batasan-batasan istilah, antar lain:

1. Eksistensi berasal dari bahasa latin *existere* yang artinya muncul, ada, timbul, memiliki keberadaan aktual. *Existere* disusun dari *ex* berarti keluar dan *sistere* yang artinya tampil atau muncul. Selanjutnya kata eksistensi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai hal berada: keberadaan⁶. Terdapat beberapa pengertian tentang eksistensi yang dijelaskan menjadi empat pengertian,. *Pertama* eksistensi adalah apa yang ada. *Kedua*, apa yang

⁶ Alwi, dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Gramedia, 2005), h. 78.

memiliki aktualitas, *Ketiga* segala sesuatu yang dialami dan menekankan sesuatu itu ada, *Keempat* kesempurnaan. Eksistensi adalah proses dinamis, suatu, menjadi atau mengada. Jadi eksistensi itu tidak bersifat kaku dan berhenti, melainkan lentur dan mengalami perkembangan atau kemunduran tergantung pada kemampuan mengaktualisasikan potensi-potensinya.⁷ Sehingga dari pengertian tersebut di atas eskistensi dipahami peneliti sebagai keterlibatan seseorang dalam sebuah keadaan.

2. Dai adalah seseorang yang mengajak orang lain secara langsung atau tidak langsung, melalui lisan, tulisan atau perbuatan untuk mengamalkan ajaran-ajaran Islam atau menyebarluaskan ajaran Islam, serta berupaya melakukan perubahan kearah yang lebih baik sesuai ajaran agama Islam. Dai yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seorang tokoh agama (elit) dalam Islam, yang biasa juga disebut dengan ulama, kiai, ustaz atau sebutan lainnya yang mereka terlibat secara langsung dalam pemilihan Walikota Medan tahun 2015.
3. Motivasi dipahami sebagai keinginan atau dorongan yang terdapat pada diri seseorang individu yang merangsangnya untuk melakukan tindakan tindakan. Motivasi juga diyakini sebagai pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerjasama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan. Motivasi dai dapat dipahami sebagai keinginan yang muncul dalam diri dai yang merangsangnya melakukan sesuatu yang dianggapnya penting dan baik untuk dirinya maupun lingkungannya, dalam hal ini adalah motivasinya terlibat dalam pemilihan Walikota Medan tahun 2015.
4. Pencitraan politik adalah sebuah proses memberikan pengertian, pengetahuan dan pemahaman kepada khalayak tentang politik (kekuasaan, kewenangan, otoritas, kerjasama, konflik dan konsensus) sehingga terbentuk gambaran di dalam benak khalayak tentang suatu objek politik yang meliputi aktor, tokoh, lembaga atau organisasi politik maupun peristiwa-peristiwa politik yang sedang berlangsung. Pencitrnan politik dalam hal ini dipahami sebagai kegiatan komunikasi politik yang dilakukan dai sebagai upaya untuk membentuk citra positif dan memperkuat kredibilitas dan reputasi kandidat di mata pemilih dan masyarakat luas, sehingga mereka termotivasi untuk

⁷ Abidin Zainal, *Analisis Eksistensial* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h. 16.

mendukung dan memilih kandidat tersebut pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015.

5. Strategi dai dalam hal ini dipahami sebagai sebuah perencanaan (*planning*) dan manajemen yang dilakukan dai untuk membangun citra kandidat di tengah-tengah masyarakat yang dilakukan dengan merawat ketokohan, memilih pesan dan memilih media komunikasi politik.
6. Etika Komunikasi, dimaksudkan sebagai seperangkat nilai yang bersumber dari Alquran dan hadis Nabi Muhammad Saw yang berkaitan dengan komunikasi politik dan pencitraan politik.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas, maka secara umum penelitian ini bertujuan untuk menemukan dan memberikan gambaran secara konperhensif tentang Eksistensi Dai Dalam Membangun Pencitraan Politik Kandidat Pada Pemilihan Walikota Medan Tahun 2015. Selanjutnya secara terperinci tujuan penelitian ini untuk meneliti, memahami dan menjelaskan serta menganalisis secara mendalam tentang:

1. Keterlibatan dai pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015.
2. Motivasi dai terlibat pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015.
3. Strategi dai membangun pencitraan politik kandidat pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015.
4. Etika komunikasi dai membangun pencitraan politik kandidat pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015.

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini meliputi dua macam, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

1. Kegunaan teoritis, penelitian ini diharapkan berguna sebagai sumbangan pemikiran dalam pengembangan wawasan dan keilmuan terutama ilmu komunikasi politik serta dapat dijadikan rujukan dalam memahami fenomena komunikasi politik dalam pemilihan kepala daerah secara langsung.
2. Kegunaan praktis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan kepada pemerintah daerah, partai politik dan lembaga legislatif tentang bagaimana pelaksanaan pemilihan Walikota Medan tahun 2015. Penelitian ini

juga diharapkan menjadi gambaran yang memadai tentang peran dai dalam pemilihan kepala daerah di Kota Medan. Selanjutnya, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan kepada pemerintah, penyelenggara pemilu dan masyarakat tentang problem dan hambatan komunikasi politik khususnya dalam pemilihan kepala daerah di Kota Medan. Akhirnya, penelitian ini juga diharapkan dapat menambah kajian bagi para peneliti selanjutnya yang tertarik dengan disiplin komunikasi politik.

F. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini disusun secara sistematis dan penyajiannya dikelompokkan menjadi beberapa bagian dan sub bagian, seperti yang digambarkan pada tabel berikut:

Tabel 2
Sitematika Pembahasan.

Bagian	Uraian
Bab I	Merupakan bagian pendahuluan yang di dalamnya dijelaskan tentang: Latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian, batasan istilah, tujuan penelitian, serta kegunaan penelitian ini secara akademis dan praktis.
Bab II	Berisikan landasan teori yang di dalamnya dijelaskan tentang: komunikasi politik, pencitraan politik, strategi pencitraan politik dalam islam, eksistensi dai dalam politik, pemilihan kepala daerah, kerangka konsep dan kajian terdahulu.
Bab III	Berisikan metodologi penelitian yang di dalamnya dijelaskan tentang: Pendekatan dan jenis penelitian, penentuan informan penelitian, sumber data, tehnik pengumpulan data, tehnik analisis data, serta tehnik validitas dan objektivitas data.
Bab IV	Merupakan bagian yang berisikan Hasil Penelitian yang di dalamnya dijelaskan tentang: Gambaran umum Kota Medan, gambaran umum pilkada Kota Medan, keterlibatan dai pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015, motivasi dai dalam pilkada Kota Medan, strategi dai dalam membangun citra kandidat pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015, dan etika komunikasi dai

	<p>dalam membangun pencitraan politik kandidat pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015. Pembahasan Hasil Penelitian yang di dalamnya dijelaskan tentang: Keterlibatan dai pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015, motivasi dai dalam pilkada Kota Medan, strategi dai dalam membangun citra kandidat pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015, dan etika komunikasi dai dalam membangun pencitraan politik kandidat pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015.</p>
Bab V	<p>Merupakan bagian yang berisikan penutup yang di dalamnya dijelaskan tentang kesimpulan dan saran.</p>

BAB II LANDASAN TEORI

A. Komunikasi Politik

Manusia merupakan makhluk sosial yang selalu menunjukkan aktivitas dan interaksi dengan lingkungan sosialnya, hal tersebut dilakukan sebagai wujud dari keinginan dan upaya pemenuhan kebutuhan pribadi dan sosialnya. Aktivitas dan interaksi tersebut merupakan sebuah komunikasi yang dilakukan dalam bentuk komunikasi langsung maupun komunikasi melalui media. Salah satu komunikasi yang sering dilakukan pada negara yang menganut sistem demokrasi termasuk di Indonesia adalah komunikasi politik. Komunikasi politik dilakukan sebagai suatu kebutuhan untuk mewujudkan keinginan-keinginan politik yang beraneka ragam, dari kepentingan yang bersifat individual, kelompok maupun negara.

Salah satu aktivitas komunikasi dalam ranah politik yang saat ini menjadi perhatian berbagai kalangan adalah pencitraan politik. Pencitraan politik merupakan salah satu bentuk komunikasi politik yang tampak dan sering dilakukan pada masa-masa kampanye pemilihan umum. Kegiatan tersebut dilakukan melalui berbagai kegiatan yang berisi pesan-pesan politik dari seseorang atau lembaga politik kepada orang lain dengan tujuan untuk membuka wawasan atau cara berpikir, serta memengaruhi sikap dan tingkah laku masyarakat yang menjadi target politik. Dalam pengertian yang sederhana disebutkan bahwa pencitraan politik adalah komunikasi yang dilakukan untuk memenangkan suatu pemilihan umum. Sehingga, pencitraan politik syarat dengan penyampaian pesan-pesan politik dari komunikator politik kepada khalayak politik untuk tujuan-tujuan politik tertentu.

Kesalahan dalam memahami komunikasi politik, akan berimbas pada kerancuan setiap aktivitas pencitraan politik. Kegiatan pencitraan politik yang dilakukan sering kali tidak mencerminkan bentuk dari aktivitas komunikasi politik sebagaimana yang dimaksudkan. Sehingga hasil (*out put*) dari kegiatan pencitraan politik sering kali tidak berbanding lurus dengan harapan yang ingin dicapai oleh aktor politik, khususnya pada masa pemilihan umum. Oleh karena itu, sebelum jauh mengungkap tentang pencitraan politik maka menjadi penting untuk memahami terlebih dahulu komunikasi politik.

Kajian terhadap komunikasi politik merupakan sebuah studi yang dibangun atas berbagai disiplin ilmu, terutama komunikasi dan politik. Antara komunikasi dan politik memiliki hubungan yang sangat erat serta saling mendukung satu dengan yang lain. Hal tersebut menunjukkan bahwa, kehidupan politik tentunya tidak dapat dipisahkan dari kegiatan komunikasi karena pada dasarnya aktivitas politik dapat dilukiskan sebagai sebuah proses komunikasi.⁸ Dalam hal ini Komunikasi dapat dipahami sebagaimana pendapat Bernard dan Gary A. Steiner dalam Kholil (2017) menyebutkan bahwa komunikasi dipahami sebagai proses transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik dan sebagainya.⁹

Selama ini politik masih dipahami masyarakat sebagai kegiatan tipu muslihat, kotor, kejam, menghalalkan segala cara, tidak manusiawi dan kesan negatif lainnya. Sehingga segala bentuk aktivitas politik adalah suatu dosa dan harus di jauhi. Pernyataan tersebut bukan tanpa alasan, mungkin selama ini masyarakat melihat dan merasakan hal yang demikian tentang politik yang terjadi, kendatipun hal itu bukanlah suatu yang benar adanya. Citra negatif tentang politik selama ini, telah menunjukkan bahwa aktivitas politik dalam prakteknya sangat jauh dari yang diharapkan masyarakat luas dan bahkan bertentangan dengan nilai-nilai yang dianut individu maupun masyarakat.

Idealnya politik merupakan suatu sisi kehidupan yang mempunyai kedudukan penting dan sangat berpengaruh bagi keberlangsungan hidup manusia, politik merupakan sebuah sistem yang mengatur hubungan-hubungan antar masyarakat dalam suatu negara. Apabila suatu negara atau sebuah masyarakat tidak memiliki sistem politik yang baik dan kuat, maka akan dapat dipastikan bahwa negara atau masyarakat tersebut akan sangat rentan mengalami kerusuhan, kekacauan, konflik horizontal yang berkepanjangan dan stabilitas di masyarakat sangat sulit diwujudkan yang pada akhirnya negara atau masyarakat tersebut akan menemui titik kehancuran dan ditinggalkan komunitasnya.

Berbicara politik dalam konsep ideal berarti berusaha untuk mewujudkan kebaikan di dalam masyarakat, yaitu yang dipahami sebagai pengaturan urusan

⁸ Hafied Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 16.

⁹ Syukur Kholil dan M. Abdi Lubis, *Kapita Selekta Komunikasi Islam: Perspektif Sosial Budaya dan Agama* (Medan: Perdana Publishing, 2017), h. 2.

rakyat (umat), baik urusan dalam negeri maupun luar negeri.¹⁰ Dalam hal ini, Ramlan Surbakti (1992) memberikan sebuah pandangan dan kesimpulan mengenai politik, yaitu: Pertama, politik adalah usaha-usaha yang ditempuh warga negara untuk membicarakan dan mewujudkan kebaikan bersama. Kedua, politik adalah segala hal yang berkaitan dengan penyelenggaraan negara dan pemerintahan. Ketiga, politik sebagai kegiatan yang diarahkan untuk mencari dan mempertahankan kekuasaan dalam masyarakat. Keempat, politik sebagai kegiatan yang berkaitan dengan perumusan dan pelaksanaan kebijakan umum. Kelima, politik sebagai konflik dalam rangka mencari dan atau mempertahankan sumber-sumber yang dianggap penting.¹¹

Dalam kajian kontemporer politik sering kali dikaitkan dengan persoalan kekuasaan, kepentingan dan konflik. Sehingga, politik syarat dengan berbagai aktivitas sosial yang menyangkut terjadinya perebutan dan distribusi kekuasaan yang selalu diwarnai dengan konflik. Sehingga politik dapat dipahami sebagai suatu dinamika sosial yang memiliki tiga karakteristik. Pertama, masyarakat terlibat langsung maupun tidak langsung. Kedua, dalam politik terdapat institusi legal (partai politik, parlemen, media, dll). Ketiga, adanya aturan dan etika yang mengatur interaksi aktor-aktor politik dan menghindari konflik yang tidak sehat. Konflik dalam politik sesuatu yang tidak mungkin dihindari, sebab dalam politik terjadi interaksi-interaksi berbagai kepentingan yang berbeda dan dengan tujuan yang berbeda pula. Kepentingan yang berbeda dalam politik didasarkan pada keinginan-keinginan dari aktor politik yang menyuarakan aspirasi kelompok-kelompok dalam negara yang menganut sistem demokrasi.¹²

Kegiatan politik tidak bisa dipisahkan dengan kegiatan komunikasi, hal itu menunjukkan bahwa aktivitas politik merupakan tindakan komunikasi. Dan Nimmo (1978) dalam bukunya komunikasi politik menyatakan bahwa berpolitik itu berbicara (*politics is talking*) atau berkomunikasi dalam arti luas. Berekomunikasi politik atau berbicara politik (*political talks*) bagi para politisi adalah sebuah upaya untuk sesuatu kepentingan dalam menyampaikan suatu

¹⁰ Eggi Sudjana, *Islam Fungsional* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2008), h. 183.

¹¹ Ramlan Surbakti, *Memahami Ilmu Politik* (Jakarta: PT. Gramedia, 1992), h. 1-2.

¹² Firmansyah, *Marketing Politik; Antara Pemahaman dan Realitas Politik* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2007), h. 29.

ideologi politiknya maupun partai politiknya. Disisi lain komunikasi politik juga merupakan sebuah upaya persuasif dan membangun opini publik demi meraih keuntungan-keuntungan politik yaitu kekuasaan, jabatan maupun material.¹³

Michael Rush dan Phillip Althoff mendefinisikan komunikasi politik sebagai suatu proses dimana informasi politik yang relevan diteruskan dari suatu bagian sistem politik kepada bagian lainnya, dan diantara sistem-sistem sosial dengan sistem-sistem politik. Ini menunjukkan bahwa, komunikasi politik dapat diibaratkan sebagai layaknya darah yang mengalirkan pesan-pesan politik berupa tuntutan dan dukungan (aspirasi dan kepentingan masyarakat) kejantung (pusat) pemrosesan sistem politik. Dan hasil pemrosesan tersebut yang tersimpul dalam fungsi-fungsi output dialirkan kembali menjadi umpan balik ke sistem politik. Begitulah, komunikasi politik menjadi sistem politik hidup dan tumbuh secara dinamis.¹⁴

Harsono Suwardi (1995) menyebutkan secara umum, bahwa komunikasi politik adalah setiap jenis penyampaian pesan-pesan politik dari suatu sumber kepada sejumlah penerima, baik dalam bentuk kata-kata yang diucapkan atau dalam bentuk tertulis, maupun dalam bentuk lambang-lambang.¹⁵ Sementara, Dan Nimmo mendefinisikan *political communication is communication (activity) considered political by virtue of its consequences (actual or potential) which regulate human conduct under the condition of conflict*. komunikasi politik merupakan kegiatan yang berdasarkan konsekuensi- konsekuensinya (aktual maupun potensial) yang mengatur perbuatan manusia di dalam kondisi-kondisi konflik. Unsur-unsur yang terdapat di dalamnya adalah komunikator (politisi, profesional, aktivis), pesan, persuasi, media, khalayak, dan akibat.¹⁶

Eko Herry Susanto (2009), menyebutkan bahwa pengertian komunikasi politik sangatlah luas, akan tetapi secara umum komunikasi politik dapat dipahami sebagai:

Proses penyampaian pendapat, sikap dan tingkah laku orang-orang, lembaga-lembaga atau kekuatan-kekuatan politik dalam rangka

¹³ Ibnu Hamad, *Komunikasi Sebagai Wacana* (Jakarta: La Tofi Enterprise, 2010), h. 129.

¹⁴ Etin Nurhaetin Ningrum, *Dinamika Suara Partai & Strategi Pemenangan Pemilu ; Studi Terhadap PDI Perjuangan dalam Pemilu 2004* (Jakarta: Titian Kencana Mandiri, 2005), h. 21.

¹⁵ Eko Harry Susanto, *Komunikasi Politik Dan Otonomi Daerah* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009), h. 52.

¹⁶ Dan Nimmo, *Komunikasi Politik : Komunikator, Pesan, dan Media* (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2005), h. 9.

mempengaruhi pengambilan keputusan politik dalam kehidupan bernegara.¹⁷

Menurut Anwar Arifin (2011), komunikasi politik merupakan perpaduan antara komunikasi dan politik dan bertemu pada titik pembicaraan dan pengaruh atau memengaruhi. Hal itu menunjukkan bahwa politik adalah komunikasi karena sebahagian besar kegiatan politik dilakukan dengan pembicaraan sebagai bentuk dari komunikasi. Sebaliknya komunikasi adalah politik karena hampir semua komunikasi bertujuan untuk memengaruhi yang merupakan salah satu dimensi politik. Berdasarkan hal tersebut, komunikasi politik dapat dipahami sebagai pembicaraan yang bertujuan untuk memengaruhi dalam kehidupan bernegara.¹⁸

Selanjutnya, bagi negara yang menganut sistem demokrasi termasuk Indonesia. Praktek-praktek politik telah banyak dimainkan oleh partai-partai politik dengan upaya menempatkan kader-kadernya pada lembaga-lembaga politik negara. Sehingga peran partai politik di negara demokratis telah mendominasi komunikasi politik untuk tujuan politik. Komunikasi politik jika dihubungkan dengan partai politik mengandung pengertian, yaitu: segala kegiatan menyalurkan aneka ragam pendapat dan aspirasi masyarakat dan mengaturnya sedemikian rupa "penggabungan kepentingan" (*interest aggregation*) dan "perumusan kepentingan" untuk diperjuangkan menjadi *public policy*.¹⁹

Dengan demikian, komunikasi politik dapat diartikan suatu proses menyampaikan pesan-pesan dengan bobot politik dari seseorang, kelompok atau lembaga politik kepada khalayak dengan tujuan untuk memberi gambaran dan wawasan atau cara berpikir serta memengaruhi sikap dan tingkah laku masyarakat yang menjadi target politik. Atau dalam pengertian yang sederhana disebutkan bahwa komunikasi politik adalah aktivitas komunikasi yang membawa konsekuensi politik. Sehingga Kajian tentang komunikasi politik menunjuk kepada pesan politik sebagai objek formalnya. Artinya, titik berat konsep komunikasi politik terletak pada komunikasi dan bukan pada politik. Hal itu menunjukkan bahwa hakikat komunikasi politik adalah penyampaian informasi atau pesan tentang politik.

¹⁷ Susanto, *Komunikasi Politik*. h. 4.

¹⁸ Anwar Arifin, *Komunikasi Politik: Filsafat Paradigma Tujuan Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 8.

¹⁹ Meriam Budiardjo, *Dasar-Dasar Ilmu Politik* (Jakarta: Gramedia Pusaka Utama, 2008), h. 405.

Komunikasi politik dilakukan bertujuan untuk membentuk dan membina citra politik dan opini publik, mendorong partisipasi masyarakat dalam politik, sebagai jalan dan strategi untuk memenangkan pemilihan umum, serta sebagai upaya untuk memengaruhi kebijakan politik negara maupun kebijakan publik. Berdasarkan tujuan tersebut komunikasi politik menjadi suatu kegiatan yang sangat penting yang harus diperhatikan khalayak dalam sistem kehidupan negara demokratis.²⁰

Berdasarkan pemikiran tersebut di atas telah menjadikan komunikasi politik sebagai kegiatan yang senantiasa dilakukan oleh seorang politikus, aktivis, profesional maupun partai politik untuk mencapai tujuan-tujuan politik tertentu, bahkan masyarakat secara luas juga terlibat dalam kegiatan komunikasi politik baik disengaja maupun tidak dengan motif-motif tertentu. Salah satu tujuan aktivitas komunikasi politik adalah menciptakan, membangun, dan memperkuat citra (*image*) politik di tengah masyarakat, khususnya pemilih. Citra politik juga dapat melemah, luntur dan hilang dalam sistem kognitif individu maupun masyarakat seiring waktu. Oleh karena itu citra politik harus senantiasa dirawat sebaik mungkin sehingga pengaruhnya akan selalu melekat pada diri masyarakat.

Citra politik yang terus terjaga dan dirawat akan memiliki kekuatan untuk memotivasi aktor atau individu untuk melakukan suatu hal yang berhubungan dengan politik. Hal tersebut disebabkan karena, citra politik tersebut terbentuk berdasarkan informasi yang diterima masyarakat, secara langsung maupun melalui media massa. Citra politik juga sebagai alat yang berkaitan dengan pembentukan pendapat umum karena pada dasarnya pendapat umum politik terbangun melalui citra politik. Sedangkan citra politik terwujud sebagai konsekuensi kognitif dari komunikasi politik.

a. Unsur-Unsur Komunikasi Politik

Komunikasi politik sebagaimana disebutkan di atas adalah sebuah proses komunikasi yang berimplikasi politik. Selanjutnya untuk memahami proses tersebut secara menyeluruh maka menjadi penting untuk memahami unsur-unsur dalam komunikasi politik sebagaimana yang telah diungkap dalam Formula Lasswell. Karyanya Harold D. Laswell yang sampai hari ini terus dibaca dan menjadi referensi diberbagai perguruan tinggi adalah *The Structure And Function Of Communication In Society*, dia menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk

²⁰ Arifin, *Komunikasi Politik*. h.177.

menerangkan sebuah proses komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan berikut : *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect* (Siapa, Mengatakan Apa, Melalui Saluran Apa, Kepada Siapa, Dengan Efek Apa).²¹

Harold D. Laswell dalam melihat sebuah proses komunikasi politik akan dapat dijelaskan dengan melihat unsur-unsur komunikasi, yaitu: Siapa yang menjadi komunikator atau juru kampanye, pesan politik apa yang disampaikan, saluran atau media apa yang dipergunakan, siapa yang menjadi khalayak komunikasi politik, serta bagaimana efek atau pengaruh dari komunikasi politik tersebut.

1. Komunikator

Sosiolog J.D. Halloran, seorang pengamat komunikasi massa mengungkapkan bahwa banyak studi komunikasi lebih banyak melihat akibat dari komunikasi (efek) dari pada komunikator sebagai satu proses karakteristik yang penting untuk dilihat. Dalam studi komunikasi, hubungan antara komunikator dan khalayak adalah bagian integral dan tidak dapat dipisahkan dari sistem sosial. Apa yang dikatakan Halloran tentang komunikasi massa berlaku juga pada komunikasi politik. Komunikator atau dapat disebut sebagai komunikator politik memainkan peran sosial yang utama, terutama dalam proses pembentukan opini publik.²²

Penting untuk diperjelas disini bahwa komunikator politik tidak hanya melekat pada partai politik, lembaga legislatif maupun eksekutif sebagaimana pandangan masyarakat umum. Lebih dari itu, komunikator politik adalah mereka-mereka yang dapat memberi informasi tentang hal-hal yang mengandung makna atau bobot politik, misalnya presiden, menteri, anggota DPR, DPD, DPRD, KPU, Gubernur, Bupati/Walikota, politisi, fungsionaris partai politik, fungsionaris Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), tokoh masyarakat, tokoh agama, serta kelompok-kelompok penekan dalam masyarakat yang bisa memengaruhi jalannya pemerintahan.²³

Pemikiran di atas menunjukkan, bahwa dimensi komunikator politik bersifat heterogen dan konflik, seiring dengan konfliknya kepentingan komunikator berkomunikasi menyampaikan pesan-pesan politik untuk tujuan-

²¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), h.253.

²² Nimmo, *Komunikasi Politik*. h. 29.

²³ Cangara, *Komunikasi Politik*. h. 37.

tujuan tertentu, sebagaimana yang diinginkan oleh komunikator. Maka Nimmo mengungkapkan bahwa setiap orang adalah komunikator politik. Akan tetapi dalam kajian ini Nimmo secara spesifik menggolongkan (mengidentifikasi) komunikator politik ke dalam tiga kategori, yaitu: *Politikus*, *Komunikator profesional*, dan *aktivis* atau komunikator paruh waktu.²⁴

Politikus diartikan Nimmo sebagai orang-orang yang bercita-cita untuk dan atau memegang jabatan kekuasaan, baik dipilih, ditunjuk, atau jabatan karier untuk menempati lembaga-lembaga eksekutif, legislatif maupun yudikatif. Politikus dalam hal ini seperti disebutkan Daniel Kats berorientasi pada dua hal, yaitu upaya mempengaruhi alokasi ganjaran (dalam hal ini politikus sebagai wakil Partisan), dan mengubah struktur sosial yang ada atau mencegah perubahan demikian (dalam hal ini politikus sebagai ideolog). dalam kewenangannya, politikus wakil partisan menyampaikan pesan-pesan politik untuk kepentingan kelompoknya. Sedangkan politikus ideolog menyampaikan pesan-pesan politiknya untuk menetapkan tujuan kebijakan yang lebih luas, mengusahakan reformasi, dan bahkan mendukung perubahan revolusioner.

Komunikator profesional dimaksudkan bagi orang-orang yang berkecimpung dalam dunia komunikasi, dalam hal ini mereka biasa disebut sebagai jurnalis dan promotor. Kegiatan peliputan dan penyebaran informasi tentang politik melalui media massa merupakan profesi yang ditekuni oleh seorang jurnalis. Sedangkan promotor adalah orang yang dibayar untuk melakukan kepentingan pelanggan tertentu. Yang termasuk dalam promotor adalah manager kampanye, pejabat humas pada organisasi pemerintah maupun swasta, agen publisitas tokoh masyarakat yang penting, termasuk juga juru foto, produser, sutradara film, pelatih pidato, dan lain-lain yang kesemua itu bekerja untuk kepentingan politik tertentu.

Aktivis diartikan sebagai orang-orang terlibat aktif dalam kegiatan politik, tetapi bukan sebagai lapangan pekerjaan. Mereka merupakan juru bicara dari organisasi-organisasi non pemerintah (LSM, Organisasi Pelajar/Mahasiswa, Organisasi Keagamaan, dll) yang menyuarakan kepentingan anggotanya maupun kepentingan masyarakat secara luas.

Komunikator politik yang disebutkan di atas Politikus, Komunikator profesional, dan aktivis atau komunikator paruh waktu, mereka adalah orang-

²⁴ Nimmo, *Komunikasi Politik*. h. 30-37.

orang yang terlibat secara aktif dalam kegiatan-kegiatan politik, dan terus berusaha mengembangkan dan memelihara suatu sistem komunikasi ditengah-tengah masyarakat dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

2. Pesan

Pesan adalah isi dari komunikasi yang memiliki nilai yang disampaikan oleh seseorang komunikator kepada komunikan (khalayak, publik atau orang lain). Jenis-jenis yang disampaikan, antara lain; pesan yang bersifat menghibur, informatif, edukatif, persuasif, dan juga bisa bersifat propaganda. Pesan dapat disampaikan melalui tatap muka secara langsung atau melalui sebuah media komunikasi, secara verbal maupun nonverbal. Pesan yang diutarakan dikembangkan sesuai dengan elemen, struktur, isi, perlakuan, dan kode.

Pesan dalam komunikasi merupakan raja (*content is the king*) dalam proses komunikasi. Pesan disebut raja, karena tidak dapat dikatakan sebuah aktivitas itu sebagai komunikasi tanpa adanya pesan di dalamnya. Pesan yang disampaikan atau pembicaraan yang terjadi harus dikelola sebaik mungkin untuk menciptakan persepsi dan opini publik yang baik dan hal itu yang mendukung proses politik yang dilakukan. Pesan dimaksud bukan hanya sekedar apa yang dikatakan komunikator politik secara verbal, melainkan juga apa yang tersaji dalam beragam bentuk kemasan nonverbal.

Pesan diartikan sebagai segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna. Simbol yang disampaikan dapat berupa verbal dan simbol nonverbal. Simbol verbal dalam pemakaiannya menggunakan bahasa, sebagai seperangkat kata yang telah disusun secara berstruktur sehingga menjadi himpunan kalimat yang mengandung arti dengan tujuan dapat dipahami dan menjadi daya tarik tersendiri bagi khalayak yang menerima pesan tersebut. *Glamour theory*, menyebutkan bahwa jika pesan (ide) dikemas dengan cantik, kemudian ditawarkan dengan daya persuasi, maka khalayak akan tertarik untuk memiliki ide tersebut.²⁵

David V.J Bell dalam Umaimah (2016) menyebutkan bahwa terdapat tiga jenis pesan yang mempunyai kepentingan politik, yaitu: Pertama, pembicaraan politik yang merupakan pembicaraan yang memengaruhi orang lain dengan ancaman atau janji politik. Bentuk yang sering terlihat dalam pernyataan "Jika

²⁵ Cangara, *Komunikasi Politik*. h. 316-317.

anda melakukan X, maka saya akan melakukan Y". Kedua, pembicaraan pengaruh yang merupakan pembicaraan yang memengaruhi orang lain dengan nasehat, dorongan, permintaan, maupun peringatan. Bentuk yang sering terlihat dalam pernyataan "Jika anda melakukan X, maka akan terjadi Y". Ketiga, pembicaraan otoritas yang merupakan pemberian perintah dari atasan kepada bawahan yang memiliki kekuatan untuk mengatur dan memaksa karena otoritas yang dimilikinya. Bentuk yang sering terlihat dalam pernyataan " melakukan X, atau dilarang melakukan Y". Ketiga hal tersebut menunjukkan politik adalah pembicaraan, tidak ada politik tanpa pembicaraan.²⁶

3. Saluran

Proses komunikasi politik memerlukan saluran atau media komunikasi yang tepat. saluran atau media komunikasi politik sudah menjadi kebutuhan yang tidak terpisahkan dalam proses serta aktivitas politik sekarang ini. Saluran atau media tersebut menjadi syarat penting untuk sampainya pesan-pesan politik kepada khalayak politik dan kemudian menjadi konsumsi serta menjangkau khalayak secara luas. Saluran atau media berasal dari Latin *medium* yang berarti perantara, pengantar atau tengah. Dalam pengertian tunggal dipakai istilah *medium*, sedangkan dalam pengertian jamak dipakai istilah *media*. Kemudian istilah *media* itu digunakan dalam bahasa Inggris dan diserap ke dalam bahasa Indonesia yang memiliki makna antara lain: alat komunikasi, tengah, perantara, atau penghubung. Berdasarkan pengertian itu, saluran dapat dipahami sebagai penghubung antara komunikator dengan komunikan (khalayak) sebagai jembatan penyebrangan terhadap pesan yang disampaikan.²⁷

Dan Nimmo menjelaskan bahwa media atau saluran komunikasi politik merupakan alat atau sarana yang memudahkan penyampaian pesan dari komunikator kepada khalayak. Media komunikasi politik tidak sekedar alat yang diciptakan manusia, seperti surat kabar, majalah, radio, televisi dan lain sebagainya. Lebih dari itu, Nimmo menyebutkan bahwa manusia merupakan media paling utama dalam proses penyampaian pesan politik. Oleh karena itu, media komunikasi politik dapat dilihat dalam tiga tipe yaitu: Pertama, saluran komunikasi massa yang menekankan komunikasi dari satu-kepada-banyak.

²⁶ Umaimah Wahid, *Komunikasi Politik: Teori, Konsep dan Aplikasi pada Era Media Baru* (Bandung: Sibiosa Rekatama Media, 2016), h. 28.

²⁷ Arifin, *Komunikasi Politik*. h. 101.

Kedua, saluran komunikasi interpersonal yang menunjukkan bentuk hubungan langsung dari satu-kepada-satu. Ketiga, saluran komunikasi organisasi yang merupakan gabungan antara keduanya dari satu-kepada-satu dan satu-kepada-banyak.²⁸

Edward Sappir juga mengungkapkan hal yang sama bahwa komponen saluran mengandung dua pengertian yaitu sebagai saluran primer dan saluran skunder. Media sebagai saluran primer adalah lambang. Misalnya, bahasa dan gambar yang biasa sebagai lambang dalam komunikasi tatap muka atau komunikasi interpersonal. Media sekunder adalah media yang berwujud, baik media massa (surat kabar, televisi, radio) maupun media *nir-massa* (surat, telpon, poster).²⁹

Berdasarkan perkembangan teknologi, para komunikator politik (politikus, aktivis, atau para profesional) terus berupaya menggunakan media dalam proses serta aktivitas politik mereka. Media menjadi saluran komunikasi yang ampuh dalam proses komunikasi politik, terutama pada era internet. Media moderen saat ini mampu menyampaikan pesan politik dalam jumlah besar dan serentak dan media telah menjadi pranata sosial yang kehadirannya membawa banyak manfaat bagi masyarakat secara luas. Selain itu, media saat ini juga menjadi kontrol sosial, pembatasan pemerintah serta sebagai sarana penunjang pembangunan dan ekonomi masyarakat. Meskipun media moderen telah menjadi perhatian penting berbagai kalangan dalam proses politik, namun keberadaan komunikasi langsung *face to face communication* masih tetap menjadi kebutuhan dan berperan penting dalam proses komunikasi politik.³⁰

Eksistensi saluran dalam berkomunikasi merupakan upaya manusia untuk melakukan perpanjangan dari telinga dan mata dalam menjawab tantangan alam. Media sebagaimana disebutkan McLuhan (1964) dalam teori perpanjangan alat indra (*sense extension theory*) bahwa saluran adalah pesan (*the medium is the message*). Artinya, saluran saja sudah menjadi pesan sehingga yang memengaruhi publik, bukan saja isi pesan yang disalurkan tetapi juga jenis saluran yang digunakan, apakah dalam hal ini saluran antar pesonal, saluran massa dan saluran sosial. Pandangan ini bermakna bahwa jenis saluran yang dipilih sebagai alat

²⁸ Nimmo, *Komunikasi Politik*. h, 168.

²⁹ Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. h.256.

³⁰ Wahid, *Komunikasi Politik*. h. 52.

pencitraan politik akan juga merupakan pesan pencitraan politik yang memiliki pengaruh tersendiri terhadap khalayak.³¹

Secara umum, masyarakat banyak memperoleh informasi politik melalui media yang menjadi sumber informasi politik paling aktif. Walau tidak dipungkiri bahwa masyarakat dalam skala yang lebih kecil mendapatkan informasi politik melalui media langsung (*face to face communication*) atau komunikasi interpersonal dengan media yang ada khalayak mengetahui informasi secara langsung tentang berbagai hal dalam wilayah politik, seperti kebijakan politik presiden, menteri, kepala daerah dan lain sebagainya. Berdasarkan hal tersebut, saluran komunikasi politik dalam masyarakat dapat dibagi menjadi dua kelompok yaitu masyarakat yang tinggal dipedesaan atau yang biasa disebut masyarakat desa dan masyarakat yang tinggal diperkotaan atau yang biasa disebut masyarakat kota. Selanjutnya, untuk memilih mana saluran komunikasi politik yang tepat untuk masyarakat desa dan masyarakat kota, dalam hal ini kita akan melihat tiga saluran komunikasi politik yang digunakan, yaitu; Saluran komunikasi interpersonal, saluran komunikasi massa, saluran komunikasi organisasi. Dalam prakteknya ketiga saluran ini selalu diterapkan secara bersama dalam komunikasi politik, kendati ada penekanan tertentu yang disesuaikan dengan kondisi masyarakat dan efektifitas komunikasi politik.

4. Khalayak

Khalayak biasa disebut dengan istilah penerima, sasaran, pembaca, pendengar, pemirsa, audiens, *decoder*, atau komunikan. Khalayak merupakan satu unsur dari proses komunikasi. Hal itu menunjukkan bahwa keberadaan khalayak tidak boleh diabaikan dan dipandang sebelah mata. Sebab, keberhasilan komunikasi sangat ditentukan oleh khalayak. Bagi komunikator, komunikasi dikatakan berhasil apabila pesan yang disampaikan melalui suatu saluran atau media dapat diterima, dipahami, dan ditanggapi secara positif oleh khalayak sasaran dan selanjutnya pesan tersebut membentuk sebuah persepsi atau gambaran tentang sesuatu dan akhirnya lahir perilaku yang diharapkan oleh komunikator.³²

Khalayak adalah penerima (*reciever*) pesan yang dikirim oleh sumber atau komunikator dengan menggunakan media. Dalam studi komunikasi komunikasi,

³¹ Anwar Arifin, *Politik Pencitraan-Pencitraan Politik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h. 101.

³² Wahid, *Komunikasi Politik*. h. 103.

khalayak bisa berupa individu, kelompok, atau masyarakat. Dalam komunikasi politik, khalayak adalah sejumlah besar orang yang menerima pesan-pesan politik yang disampaikan melalui media (media massa, media baru, media sosial). Dalam kasus pemilihan kepala daerah, khalayak politik yang dipandang sebagai penerima pesan adalah masyarakat pemilih. Pemilih dimaksudkan sebagai semua pihak yang menjadi tujuan dan target utama kandidat politik untuk dipengaruhi dan diyakinkan agar mendukung dan memilih kandidat tersebut.³³

Upaya untuk menjelaskan karakteristik pemilih, sebagaimana dijelaskan Downs (1957) dalam bukunya "*An economic theory of democracy*". Keputusan memilih selama pemilihan umum dapat dianalogikan sebagai perilaku pembelian (*purchasing*) dalam dunia bisnis dan komersial. Keputusan pembelian yang salah akan berdampak langsung terhadap subjek/pembeli dengan kehilangan *utilitas* barang atau jasa yang dibelinya. Sedangkan keputusan yang salah dalam pemilihan umum tidak memiliki efek langsung bagi si pengambil keputusan kecuali dalam jumlah besar. Karena keputusan individu adalah bagian kecil dari keputusan kolektif, kecuali individu-individu yang mampu mempengaruhi persepsi dan opini publik di tengah masyarakat luas.³⁴

Karakteristik pemilih tidak dapat dipisahkan dari pendekatan budaya, karena Budaya baik secara langsung maupun tidak telah ikut mewarnai sikap masyarakat pemilih dalam momen-momen pemilihan umum. Budaya menurut Taylor adalah keseluruhan hal yang kompleks termasuk pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, hukum, adat istiadat, dan kemampuan serta kebiasaan yang lain yang diperoleh manusia sebagai anggota masyarakat. Budaya dan politik merupakan dua hal yang saling berhubungan satu dengan lainnya. Kehidupan politik yang merupakan bagian dari keseharian dalam interaksi antar warga negara dengan pemerintah, dan institusi-institusi di luar pemerintah (non-formal), telah menghasilkan dan membentuk variasi pendapat, pandangan dan pengetahuan tentang praktik-praktik perilaku politik dalam semua sistem politik. Oleh karena itu, seringkali kita bisa melihat dan mengukur pengetahuan-pengetahuan, perasaan

³³ *Ibid*, h. 104.

³⁴ Firmanzah, *Marketing Politik*. h. 103.

dan sikap warga negara terhadap negaranya, pemerintahnya, pemimpin politik dan lain-lain. Hal tersebut yang selanjutnya membentuk budaya politik.³⁵

Secara umum, tipe-tipe budaya politik masyarakat dapat dicermati dalam perilaku politik yang diwujudkan dalam bentuk partisipasi politik, yaitu: Pertama, budaya politik partisipan, bentuk budaya politik ini ditandai dengan keterlibatan orang-orang secara aktif dalam kehidupan politik. Kedua, budaya politik subjek (kaula) bentuk budaya politik ini ditandai oleh orang-orang yang pasif dan patuh kepada pejabat-pejabat pemerintahan dan undang-undang, tetapi tidak melibatkan diri dalam kegiatan politik. Ketiga, budaya politik parokial, bentuk budaya politik ini ditandai oleh orang-orang yang sama sekali tidak menyadari atau mengabaikan adanya pemerintahan dan politik.³⁶

Perilaku pemilih dalam pemilu juga dianalisis oleh Schumpeter (1996), menurut dia, pemilih mendapatkan informasi politik dalam jumlah besar dan beragam, seringkali berasal dari berbagai macam sumber yang sangat mungkin bersifat kontradiktif. Di tengah informasi yang melimpah ini pemilih dihadapkan pada kondisi yang sangat sulit untuk memilah-milah informasi. Sehingga perilaku pemilih bermuara pada perdebatan, apakah pemilih bersifat rasional atau tidak rasional pada pemilu.³⁷ Lebih lanjut, Firmanzah (2007) menjelaskan tipologi pemilih berdasarkan pertimbangan bahwa dalam diri masing-masing pemilih terdapat dua orientasi dalam memilih sebuah partai politik maupun kontestan pada pemilu, yaitu : (1) Orientasi "*policy-problem-solving*", yaitu ketika pemilih menilai partai politik maupun kandidat yang terpenting bagi mereka adalah sejauhmana para kontestan mampu menawarkan program kerja dan solusi atas persoalan yang ada. (2) Orientasi "*ideology*", yaitu pemilih lebih melihat faktor dan hubungan ikatan ideology, akan menekankan pada aspek-aspek subjektivitas seperti kedekatan nilai, budaya, agama, moralitas, norma, emosi dan psikografis. Semakin dekat kesamaan partai politik atau kandidat, maka pemilih akan cenderung memberikan suaranya ke partai maupun kandidat tersebut.³⁸

³⁵ Dadang Anugrah & Winny Kresnowiati, *Komunikasi Antar Budaya: Konsep dan Aplikasi* (Jakarta: Jala Permana, 2008), h. 33.

³⁶ Ambo Upe, *Sosiologi Politik Kontemporer; Kajian Tentang Rasionalitas Perilaku Politik Pemilih di Era Pemilihan Kepala Daerah Secara Langsung* (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2008), h. 103-104.

³⁷ Firmanzah, *Marketing Politik*. h. 104.

³⁸ *Ibid*, h. 128.

Selain dua tipe di atas, Firmanzah menambahkan satu lagi tipe pemilih, yaitu pemilih skeptis merupakan tipe pemilih yang tidak memiliki orientasi ideologi yang cukup tinggi dengan sebuah partai politik maupun kontestan, juga tidak menjadikan kebijakan atau program partai atau kontestan sebagai sesuatu yang penting. Tipe pemilih ini cenderung "golput" atau tidak menggunakan hak politiknya pada event-event politik baik lokal maupun nasional. Pemilih skeptis ini beranggapan bahwa proses pemilihan umum baik legislatif, presiden maupun pilkada tidak akan membawa perubahan yang berarti bagi masyarakat, khususnya bagi diri mereka sendiri. Pemilih skeptis ini di Indonesia jumlahnya cukup signifikan dari pemilu ke pemilu maupun pilkada.³⁹

Kajian mengenai perilaku pemilih atau perilaku politik dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai perspektif teoritis. Secara umum, perilaku politik merupakan salah satu dari aspek perilaku manusia yang dapat dibedakan dengan perilaku ekonomi, perilaku agama dan sebagainya. Sebagaimana dijelaskan dalam perspektif teori struktural fungsional melihat bahwa perilaku manusia dibentuk oleh fakta sosial, yaitu sebagaimana dimaksud Durkheim, bahwa fakta sosial berisikan norma-norma dan aturan yang sifatnya memaksa dan berada diluar individu. Sehingga individu dikendalikan oleh fakta sosial dalam lingkungannya. Dalam hubungannya dengan perilaku politik, memberikan pemahaman bahwa perilaku politik merupakan suatu aspek perilaku sosial yang ditentukan oleh norma-norma dan aturan-aturan maupun melalui hubungan-hubungan kekuasaan secara vertikal.⁴⁰

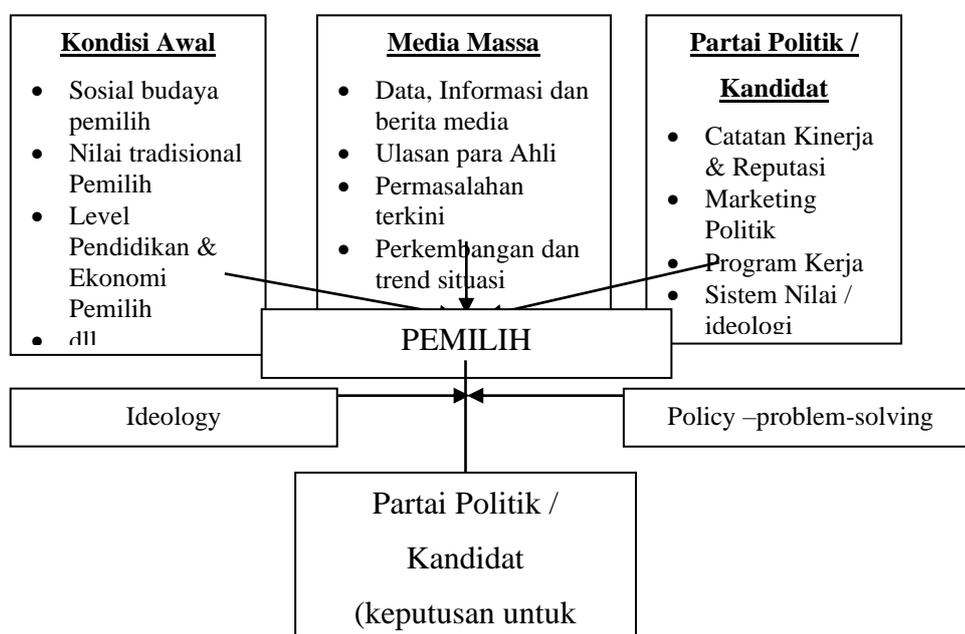
Firmanzah, lebih lanjut menjelaskan bahwa pertimbangan (*judgment*) pemilih dalam menentukan pilihannya dalam pemilu dipengaruhi oleh tiga faktor secara bersamaan yaitu : (1). Kondisi awal pemilih, (2). Media massa, (3). Partai politik atau kandidat. Kondisi awal pemilih diartikan sebagai karakteristik yang melekat pada diri setiap individu (pemilih). Setiap individu mewarisi dan memiliki sistem nilai serta kepercayaan yang berbeda satu dengan yang lain, setiap individu mempunyai latar belakang pendidikan yang berbeda, lokasi geografis tempat individu tinggal (kota atau desa), dan lingkungan sosial. Faktor kedua adalah media massa. Sejauhmana kemampuan media massa

³⁹ *Ibid*, h. 134-139.

⁴⁰ Upe, *Sosiologi Politik Kontemporer*. h. 83.

mendistribusikan informasi untuk membangun opini publik tentang partai politik atau kandidat (positif atau negatif). Faktor ketiga, adalah partai politik atau kandidat. Bagaimana tentang image, citra, latar belakang, ideologi, dan kualitas para politikus partai politik atau kandidat akan sangat memengaruhi penilaian masyarakat dalam memilih. Sebagaimana digambarkan Firmanzah dalam skema berikut : ⁴¹

Gambar 1
Faktor Determinan Memilih Firmanzah



Sementara itu dalam perspektif *behavioral* (perilaku) perilaku pemilih dipengaruhi oleh *stimulus* berupa hadiah maupun hukuman yang diyakini mampu mempengaruhi perilaku pemilih. Dalam perspektif ini, pemberian hadiah kepada pemilih pada pemilihan umum akan semakin besar kemungkinan pemilih tersebut mengikuti atau melakukan tindakan yang diharapkan oleh yang memberi hadiah. Sehingga, praktek-praktek *money politic* kerap terjadi dalam pemilihan umum dan pilkada langsung untuk meraih suara pemilih. Hal tersebut dilatarbelakangi oleh keyakinan bahwa suara pemilih dapat dibeli dengan memberi imbalan maupun hadiah kepada mereka.⁴²

5. Efek

⁴¹ Firmanzah, *Marketing Politik*. h. 129.

⁴² Upe, *Sosiologi Politik Kontemporer*. h. 94.

Semua peristiwa komunikasi yang dilakukan, termasuk kampanye politik mempunyai tujuan, yaitu mempengaruhi target sasaran. Stuart dan Jamias dalam Cangara (2009) menyebutkan, Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum atau sesudah menerima pesan. Secara umum, efek Komunikasi politik yang diharapkan adalah terciptanya pemahaman terhadap sistem pemerintahan, partai-partai politik, maupun kandidat politik dimana nuansanya bermuara pada pemberian suara dalam pemilihan umum. Pemberian suara ini sangat menentukan terpilih tidaknya seorang kandidat untuk menempati posisi sebagai Presiden, anggota DPR, DPD, DPRD, Gubernur, Bupati, Wali Kota, atau sampai tingkat kepala Desa.⁴³

Efek politik merupakan hasil dari proses komunikasi politik yang dilakukan oleh aktor politik kepada khalayak seperti perubahan sikap, bertambahnya pengetahuan, dan perilaku tertentu yang diharapkan komunikator. Efek komunikasi merupakan hal yang penting dan telah menjadi perhatian dalam proses komunikasi sebagai sebuah ukuran berhasil atau tidaknya komunikasi yang diharapkan, khususnya oleh komunikator. Jika efek yang muncul tidak sesuai dengan yang diharapkan hal itu menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh komunikator tidak berhasil. Sebagai contoh, aktor politik menyampaikan pesan kepada khalayak untuk mendukung dan memilih kandidat A, namun khalayak malah tidak hadir pada waktu hari H pemilihan atau malah memilih kandidat yang lain. Hal tersebut menunjukkan bahwa komunikasi politik yang dilakukan aktor politik tidak berhasil (efek negatif) mengarahkan sikap dan perilaku politik khalayak sebagaimana yang diharapkan.

Menurut Umaimah (2009), proses komunikasi politik dilakukan untuk menciptakan efek positif bagi aktor politik dan institusinya. Efek positif yang dihasilkan dari khalayak sangat penting, karena hal itu sebagai indikator keberhasilan proses komunikasi politik. Efek positif dapat dilihat dengan perubahan pikiran, sikap dan perilaku khalayak terhadap pesan yang disampaikan dan sesuai dengan harapan aktor politik yang memiliki target politik. Jika efek positif tidak mampu diciptakan oleh pengirim pesan, termasuk penggunaan media yang tepat hal itu merupakan kerugian bagi sumber pesan.⁴⁴

⁴³ Cangara, *Komunikasi Politik*. h. 39.

⁴⁴ Wahid, *Komunikasi Politik*. h.125.

Unsur-unsur komunikasi politik yang telah dipaparkan di atas merupakan satu bahagian yang saling berkaitan dan saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya. Keberhasilan komunikasi politik akan ditentukan sejauhmana komunikator atau aktor politik mampu menyusun, mengemas dan menyampaikan pesan-pesan politik secara baik dan efektif dengan menggunakan saluran politik yang sesuai dengan kondisi pemilih/ masyarakat. Sehingga pada akhirnya akan menghasilkan dampak yang baik sesuai dengan tujuan yang ingin di capai dalam proses komunikasi politik tersebut.

b. Bentuk-bentuk Komunikasi Politik

Komunikasi politik merupakan komunikasi persuasi yang selalu dilakukan oleh politikus maupun partai politik untuk mencapai tujuan politiknya. Dalam hal ini, komunikasi politik merupakan kegiatan persuasi dan hampir tidak ada kegiatan komunikasi politik yang tidak berusaha untuk mempersuasi orang atau khalayak maupun pemilih yang bertujuan mengubah atau mempertahankan persepsi, perasaan, pikiran, maupun pengharapan agar mereka bersikap dan berperilaku sesuai dengan keinginan komunikator politik. Dalam hal ini Dan Nimmo (2005) menyebutkan persuasi merupakan suatu pembicaraan politik yang bertujuan mengubah persepsi, pikiran, perasaan, dan pengharapannya.

Beberapa bentuk komunikasi politik yang sudah lama dikenal dan dilakukan kalangan politisi, para kandidat dan partai politik dalam dunia politik adalah retorika dan agitasi politik, propaganda politik, *public relation* politik, lobi-lobi politik, periklanan politik, dan sebagainya. Semua bentuk komunikasi politik yang dilakukan tersebut sebagai kegiatan untuk mencapai tujuan politik, yaitu kekuasaan, kepentingan atau menciptakan konflik.

1. Retorika dan Agitasi Politik

Retorika atau dalam bahasa Inggris *rhetoric* berasal dari kata latin *rehtorica* yang berarti ilmu bicara. Aristoteles menyebutkan retorika sebagai seni persuasi yaitu uraian yang singkat, jelas dan menyakinkan dengan menggunakan keindahan bahasa dalam penyampaiannya. Dalam pengertian yang lebih luas retorika diartikan sebagai seni mempergunakan bahasa secara efektif. Aristoteles menegaskan bahwa retorika dipergunakan untuk membenarkan (*corrective*),

memerintah (*instructive*), mendorong (*suggestive*), dan mempertahankan (*defensive*) sesuatu yang didasarkan pada kebaikan masyarakat secara luas.⁴⁵

Retorika merupakan komunikasi dua arah, satu kepada satu. Dalam pengertian bahwa seseorang berbicara kepada beberapa orang atau seseorang berbicara kepada seorang lainnya, yang masing-masing berusaha dengan sadar untuk mempengaruhi pandangan satu sama lainnya, melalui tindakan timbal balik satu sama lain. Retorika juga dimaksudkan sebagai upaya komunikasi dalam membangun citra, melalui retorika bertujuan menyatukan perasaan, harapan, sikap dan akhirnya diharapkan untuk dapat bekerja sama sesuai dengan tujuan komunikator dan hal tersebut dilakukan dengan cara berpidato (negosiasi).

Untuk dapat melakukan retorika yang persuasif dan mencapai tujuan retorika dimaksud, harus didasarkan dan diperhatikan faktor *ethos*, *pathos* dan *logos*. *Ethos* merupakan faktor kredibilitas seorang komunikator, ini menunjukkan bahwa retorika akan berhasil apabila disampaikan oleh komunikator yang dipercaya oleh masyarakat (komunikan), *pathos* adalah kemampuan dalam memilih dan menggunakan bahasa atau kata-kata yang baik, menarik dan simpatik untuk mempengaruhi emosi khalayak pendengar, dan *logos* adalah seorang komunikator yang mempunyai pengetahuan luas dan mendalam tentang apa yang disampaikannya dalam berpidato maupun berbicara di depan publik.⁴⁶ Dengan demikian retorika politik dapat dipahami sebagai sebuah seni menggunakan bahasa untuk memengaruhi orang lain dengan tujuan -tujuan politik. Retorika politik juga dapat disebut sebagai suatu proses negosiasi politik.

Selanjutnya, menurut Aristoteles ada tiga macam retorika politik. Pertama, *Deleberative rhetoric*, yaitu sebuah komunikasi yang dirancang untuk menggoyang orang yang ada kaitannya dengan *public policy* dengan cara menggambarkan keuntungan dan kerugian relatif dan jalan alternatif yang ditempuh. Fokusnya diletakkan kepada apa yang akan terjadi dikemudian hari akan suatu kebijakan yang akan diambil. Kedua, *Forensic rhetoric*, yaitu komunikasi yang memiliki sifat ke fungsi *judicial*. Tujuannya adalah untuk menunjukkan suatu kekeliruan atau kebenaran, tanggung jawab, hukuman atau ganjaran yang telah dibuat dimasa lalu. Ketiga, *Demonstrative rhetoric*, yaitu

⁴⁵ Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. h. 4.

⁴⁶ Hamad, *Komunikasi Sebagai Wacana*. h. 81

komunikasi yang menggambarkan tentang kebaikan atau keburukan orang lain, organisasi, ide, dan sebagainya.⁴⁷

Melalui pidato seseorang melakukan agitasi politik. Maksud agitasi politik adalah suatu upaya untuk menggerakkan massa dengan lisan atau tulisan dengan cara merangsang dan membangkitkan emosi khalayak. Agitasi menurut Blumer sebagaimana dikutip Arifin dimulai dengan cara membuat kontradiksi dalam masyarakat dan menggerakkan khalayak untuk menentang kenyataan hidup yang dialami selama ini dengan tujuan menimbulkan kegelisahan di kalangan massa. Setelah itu rakyat digerakkan untuk mendukung gagasan baru atau ideologi baru dengan menciptakan keadaan yang baru.⁴⁸

2. Propaganda Politik

Propaganda merupakan suatu kegiatan komunikasi yang erat kaitannya dengan komunikasi persuasi. Sehingga Scott M. Cutlip dan H. Center sebagaimana dikutip oleh Malik & Iriantara menyebut persuasi sebagai upaya menyampaikan informasi lewat cara tertentu yang membuat orang menghapus gambaran lama dalam benaknya atau memori pikirannya dan menggantikannya dengan gambaran baru sehingga berubah perilakunya. Hal tersebut menunjukkan bahwa persuasi merupakan kegiatan mengkonstruksi pesan dan membangun citra diri dalam pikiran orang lain dengan tujuan mempengaruhi orang tersebut. Mempengaruhi orang lain berarti sebuah upaya mengubah sikap orang tersebut terhadap diri kita atau terhadap suatu objek.⁴⁹

Pakar psikologi Roger Brown (1958) menyebutkan bahwa persuasi sebagai upaya memanipulasi simbol yang dirancang untuk menghasilkan aksi pada orang lain. Suatu tindakan-tindakan yang dilakukan hanya upaya untuk menguntungkan sumbernya, tetapi tidak menguntungkan penerimanya, maka tindakan atau pesan semacam itu bisa disebut propaganda. Harrod D. Lasswell menyampaikan pengertian propaganda secara lebih luas yaitu, tehnik mempengaruhi tindakan manusia dengan memanipulasi representasi (penyajian) yang berbentuk lisan, tulisan, gambar atau musik. Lebih lanjut Lasswell

⁴⁷ Dan Nimmo, *Political Communication and Public Opinion in America* (Santa Monica: Goodyear Publication, 1978), h. 116-117.

⁴⁸ Anwar Arifin, *Komunikasi Politik: Paradigma, Teori, Aplikasi, Strategi Komunikasi Politik Indonesia* (Jakarta: PT. Balai Pustaka, 2003), h. 71.

⁴⁹ Dedy Djamiludin Malik & Yosol Iriantana, *Komunikasi Persuasif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1994), h. 25.

menyebutkan empat tujuan utama propaganda, yaitu : *Pertama*, menumbuhkan kebencian terhadap musuh. *Kedua*, melestarikan persahabatan dengan sekutu. *Ketiga*, mempertahankan persahabatan dan, jika mungkin, untuk menjalin kerjasama dengan pihak-pihak yang netral. *Keempat*, menghancurkan semangat musuh.⁵⁰

Pendapat Lasswell di atas menunjukkan bahwa, propaganda merupakan kegiatan yang dilakukan secara sengaja dan terencana yang dilakukan oleh beberapa individu atau kelompok untuk membentuk, mengawasi, atau mengubah sikap dari kelompok-kelompok lain dengan menggunakan media komunikasi dengan tujuan bahwa pada setiap situasi maupun reaksi yang muncul merupakan keinginan propagandis.⁵¹ Dan Nimmo juga menjelaskan bahwa propaganda adalah suatu alat yang digunakan oleh kelompok yang terorganisir untuk menjangkau individu-individu yang secara psikologis bagian dari kelompok tersebut. Ditambahkan bahwa propanganda yang efektif adalah ditujukan kepada orang-orang sebagai bagian dari anggota kelompok.⁵²

Propaganda merupakan salah satu alat untuk membangun opini di tengah-tengah masyarakat. Jenis-jenis propaganda juga bermacam-macam, sesuai dengan tujuan propaganda tersebut. *Propaganda putih*, yaitu propanganda yang menyebarkan informasi ideologi dengan menyebutkan sumbernya. *Propaganda abu-abu*, yaitu propaganda yang dilakukan oleh kelompok orang yang tidak jelas, dan biasanya bertujuan untuk mengacaukan pikiran orang, mengadu-domba, intrik dan gosip yang menyesatkan. *Propaganda hitam*, yaitu propaganda yang menyebarkan informasi palsu, yang bertujuan untuk menjatuhkan moral lawan, tidak mengenal etika, dan untuk cenderung berpikir sepihak.⁵³

3. *Public Relation* Politik

Kata *public realition* (PR) atau biasa yang disebut dengan humas, merupakan kegiatan yang diterapkan disemua jenis organisasi, baik pemerintah, swasta, lembaga politik, LSM, dan sebagainya. Hal itu dimaksudkan sebagai suatu

⁵⁰ James W. Werner J. Severin Tankard, Jr, *Teori Komunikasi : Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), h. 128.

⁵¹ Ningrum, *Dinamika Suara Partai*. h. 9.

⁵² Nimmo, *Komunikasi Politik*. h. 125.

⁵³ Cangara, *Komunikasi Politik*. h. 334.

kegiatan menciptakan hubungan yang baik dan berkesinambungan dengan public (masyarakat) untuk suatu tujuan tertentu.

Asosiasi-asosiasi Humas seluruh dunia mengungkapkan definisi *public realition* di Mexico City pada Agustus 1978 dan masih menjadi rujukan sampai hari ini, menyebutkan bahwa PR adalah suatu seni sekaligus disiplin ilmu sosial yang menganalisis berbagai kecenderungan, memprediksi setiap kemungkinan maupun konsekuensi dari setiap kegiatannya, memberikan masukan dan saran-saran kepada para pemimpin organisasi, dan mengimplementasikan program-program tindakan yang terencana untuk melayani kebutuhan organisasi dan atau kepentingan khalayaknya.⁵⁴

Public realition juga dipahami sebagai pekerjaan menyampaikan informasi dan mempersuasi khalayak internal maupun eksternal, dengan tujuan membantu pemasaran (promosi) produk seraya memelihara citra institusi dan produk-produknya. Usaha penyebaran informasi dan mempersuasi khalayak, tak jarang PR melakukan tindakan-tindakan *spin doctor* yaitu suatu upaya untuk mengubah gambaran/pandangan buruk menjadi baik atas suatu produk maupun institusi di tengah-tengah masyarakat. Tindakan *spin doctor* tersebut dapat dikatakan merupakan kegiatan utama *public realition*.⁵⁵

Public realition dalam dunia kampanye politik biasanya disebut konsultan kampanye yang bertugas membangun *image* (citra) politik terhadap partai politik maupun kandidat, sedangkan dilain pihak membangun kesan negatif kepada para pesaingnya. PR didunia politik juga memainkan peranan *spin doctor* sebagai stage manager yang mampu mengatur jalannya kampanye, seperti; memberi naskah pidato, membuat agenda dan daftar pernyataan (statement) politik yang akan disampaikan kandidat ketika berkampanye. Ia juga merancang isi pesan dan memilih media yang tepat dalam mempromosikan kandidat, dengan tujuan untuk mengarahkan opini publik dan pencitraan kandidat. Di Indonesia *spin doctor* biasa disebut dengan istilah manager kampanye.⁵⁶

Selanjutnya, Cutlip (2005) menjelaskan ada 4 peranan besar PR dalam organisasi, termasuk dalam hal ini organisasi kampanye, yaitu; *Communication*

⁵⁴ Lingkar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), h. 17.

⁵⁵ Hamad, *Komunikasi Sebagai Wacana* h. 119.

⁵⁶ Cangara, *Komunikasi Politik*. h. 285-286.

Tehnician, peran PR disini adalah melaksanakan teknis operasional seperti menulis dan menyunting majalah, menulis siaran pers, artikel, serta memproduksi berbagai pesan komunikasi. *Expert Prescriber*, PR berperan sebagai penentu ahli dalam mendefinisikan masalah, membuat perencanaan program, dan bertanggung jawab penuh atas pelaksanaan program komunikasi. *Communication Facilitator*, peran PR disini sebagai mediator, penghubung antara organisasi dan public. *Problem Solver Facilitator*, peran PR dalam hal ini melakukan kerjasama dengan manejer lain untuk mendefinisikan dan memecahkan masalah.

4. Lobi-Lobi Politik

Di era globalisasi seperti sekarang ini, konsep lobi merupakan suatu keharusan untuk memecahkan berbagai persoalan yang ada, baik dalam skala lokal maupun internasional. Penggunaan lobi (lobbying) dalam sistem politik telah menjadi fenomena umum sejak lahirnya politik itu sendiri. Bagaimanapun kebijakan publik diformulasikan akan selalu ada kecenderungan dari mereka yang sangat terpengaruh untuk mempengaruhi hasil. Lobi adalah tempat para tamu menunggu atau untuk berbincang-bincang santai di hotel. Jika dikaitkan dengan politik, lobi dipahami sebagai bentuk kegiatan yang dilakukan seseorang untuk mempengaruhi orang lain dalam kaitannya dengan pemungutan suara menjelang pemilihan ketua suatu organisasi, seperti parlemen dan partai politik dan juga pemilihan umum lainnya yang dilaksanakan.⁵⁷

Lobi politik adalah gelanggang terpenting bagi pembicaraan para politikus atau kader partai politik maupun tokoh-tokoh yang terlibat dalam kegiatan politik tentang kekuasaan, pengaruh, otoritas, konflik dan konsesus. Lobi politik ini dilakukan dalam upaya mencari jalan keluar sebuah konflik atau persoalan yang terjadi atau merumuskan sebuah kompromi untuk kebaikan bersama. Kegiatan lobi politik tersebut menunjukkan bahwa politik itu merupakan kegiatan seni merangkai kemungkinan-kemungkinan (*art of impossible*).⁵⁸

Lobi-lobi politik merupakan seni dan teknik berkomunikasi yang telah banyak digunakan dalam kegiatan politik. Kegiatan tersebut merupakan interaksi komunikasi politik yang berlangsung secara tatap muka, informal dan bersifat dialogis dalam upaya menyelesaikan konflik, mencari solusi atau kompromi dan

⁵⁷ Kamus Besar Bahasa Indonesia. <https://kbbi.web.id/lobi>, diakses pada tanggal 27 Nopember 2016.

⁵⁸ Arifin, *Komunikasi Politik*. h. 135.

termasuk upaya memengaruhi pikiran dan opini seseorang untuk bersikap dan berperilaku yang sama sesuai dengan tujuan tertentu. Sehingga dalam kegiatan lobi politik pengaruh pribadi sangat penting, oleh karena tidak semua orang mampu melakukan kegiatan lobi politik. Hanya seseorang yang memiliki kemampuan dan kecakapan tertentu saja yang efektif untuk melakukannya. Seperti seseorang yang memiliki jabatan atau kharisma yang tinggi, mengetahui dan memahami suatu masalah, memiliki retorika yang baik dan kemampuan menawarkan solusi terbaik.

Lobi atau melobi dalam dunia politik dapat diartikan sebagai suatu upaya persuasi dan pendekatan yang dilakukan oleh satu pihak yang memiliki kepentingan tertentu untuk memperoleh dukungan dari pihak lain yang dianggap memiliki pengaruh atau wewenang dalam upaya pencapaian tujuan yang ingin dicapai. Sebagaimana praktek lobi-lobi dalam dunia politik di Indonesia telah ditunjukkan ketika para kandidat berusaha melobi partai politik untuk mendukung dan memberikan kendaraan politik untuk pencalonan kepala daerah, baik gubernur, bupati maupun walikota. Dalam hal itu, keberhasilan melobi partai politik untuk mendukung pada momentum pilkada langsung merupakan keberhasilan awal mencapai tujuan politik.

5. Periklanan Politik

Iklan politik merupakan salah satu bentuk pesan politik yang digunakan dalam proses kampanye dan pemasaran politik. Iklan telah dipercaya mempunyai kekuatan dalam membentuk persepsi dan opini publik. Untuk kasus di Indonesia iklan politik semakin banyak digunakan para politikus dalam pemilihan presiden, kepala daerah maupun pemilihan umum anggota legislatif. Berdasarkan hal tersebut, iklan politik merupakan seni persuasi dan desain komunikasi yang dibiayai untuk menginformasikan dan atau membujuk publik sehingga tertarik dan membeli produk politik.⁵⁹

Periklanan politik, menurut H.B. Widagdo (1999) merupakan usaha untuk menyampaikan pesan-pesan politik kepada khalayak dengan mengetengahkan berbagai pertimbangan dan alasan kuat perlunya masyarakat mendukung keberadaan partai politik maupun kandidat yang akan dipilih dalam kegiatan pemilihan umum. Pesan-pesan tersebut disampaikan dan disebarluaskan melalui

⁵⁹ Wahid, *Komunikasi Politik*. h. 2011.

media massa baik cetak maupun elektronik, seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, media iklan, internet dan sebagainya.⁶⁰

Periklanan politik dalam hal ini berbeda dengan propaganda politik, perbedaan keduanya terletak pada khalayak tujuan. Propaganda ditujukan kepada orang-orang sebagai anggota kelompok (organisasi). Sedangkan periklanan lebih kepada orang-orang yang independen, bebas, tidak bagian dari sebuah kelompok. Dalam hal itu, hubungan antara keduanya menunjukkan hubungan langsung tidak ada organisasi atau kepemimpinan yang seakan-akan dapat mengirimkan kelompok pembeli kepada penjual. Sehingga tindakan mereka berdasarkan pilihan-pilihan pribadi.⁶¹

Periklanan politik pada dasarnya sama dengan iklan produk/merk yang disampaikan melalui berbagai media, dengan tujuan produk tersebut dikenal, dipahami dan kemudian terjadi pembelian produk tersebut sampai selanjutnya dicintai. Periklanan yang dikatakan berhasil adalah bahwa produk yang diiklankan tersebut dibeli dan diminati orang dalam waktu yang lama. Demikian halnya dengan iklan politik, merupakan alat promosi suatu partai politik maupun seorang kandidat untuk menyampaikan ide, platform, ideologi yang tujuannya untuk dikenal, dipahami dan didukung serta dicintai oleh masyarakat. Dengan harapan akhir terjadi transaksi pembelian politik pada momen-momen politik (pemilu).

Periklanan politik penting dipahami sebagai suatu kegiatan terus-menerus dan berkesinambungan, tidak terbatas pada periode kampanye saja. Seperti kampanye anti narkoba, gerakan donor darah, kampanye lingkungan, bakti sosial dan sebagainya yang dilakukan partai politik maupun kandidat Presiden, Gubernur, Bupati maupun Walikota di tengah-tengah masyarakat secara berkelanjutan dan diluar periode kampanye akan dengan sendirinya membangun image maupun citra positif partai politik tersebut maupun seorang kandidat/politikus.⁶²

Dengan demikian, periklanan merupakan salah satu bentuk komunikasi politik yang dilakukan partai politik maupun kandidat/politikus dengan tujuan;

⁶⁰ Badjoeri H.B. Widagdo, *Manajemen Pemasaran Parpol Menangkan Pemilu 2004* (Jakarta: Gunung Agung, 2004), h. 38-39.

⁶¹ Nanik Ismiani, *Periklanan Partai Politik; Menerjemahkan Pesan Rasional dengan Eksekusi yang Relevan dan Emosional; Dalam Prof. Dr. Harsono Suwardi, et al; Politik, Demokrasi & Manajemen Komunikasi* (Bandung: Galang Press ; 2002), h. 2010-2011.

⁶² Firmansyah, *Marketing Politik*. h. 207.

Pertama, iklan yang disampaikan harus mampu menarik perhatian khalayak. *Kedua*, iklan yang dibuat harus mampu membangkitkan minat khalayak untuk mengetahui isi iklan. *Ketiga*, iklan harus mampu merangsang minat khalayak pada produk (politik) yang di-iklankan. *Keempat*, iklan harus mampu menyakinkan kepada khalayak bahwa produk yang ditawarkan memiliki keunggulan dari produk lainnya. *Kelima*, iklan juga harus mampu mendorong khalayak untuk membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan.⁶³

Untuk mencapai tujuan tersebut, yang harus diperhatikan para pembuat iklan politik adalah penggunaan bahasa (kata dan gambar), penyajian fakta (keunggulan), dan memilih waktu dan tempat yang tepat. Sehingga iklan tersebut akhirnya mampu mempersuasi khalayak dan berdampak langsung terhadap kegiatan pemungutan suara, sebagaimana yang diharapkan oleh pembuat iklan.

c. Tujuan Komunikasi Politik

Komunikasi politik merupakan kegiatan yang senantiasa dilakukan oleh seorang politikus maupun partai politik untuk mencapai tujuan-tujuan politik tertentu, bahkan masyarakat secara luas juga terlibat dalam kegiatan komunikasi politik baik disengaja maupun tidak dengan motif dan tujuan masing-masing. Secara umum ada tiga tujuan komunikasi politik, yaitu: Sebuah Upaya membentuk citra (*image*) politik, membentuk pendapat umum, dan meningkatkan partisipasi politik masyarakat dalam pemilihan umum.⁶⁴

1. Citra Politik

Salah satu tujuan komunikasi politik adalah menciptakan, membangun, dan memperkuat citra (*image*) politik di tengah masyarakat, khususnya pemilih. Citra politik juga dapat melemah, luntur dan hilang dalam sistem kognitif masyarakat. Citra politik memiliki kekuatan untuk memotivasi aktor atau individu untuk melakukan suatu hal. Citra politik tersebut terbentuk berdasarkan informasi yang diterima masyarakat, baik langsung maupun melalui media massa. Citra politik berkaitan dengan pembentukan pendapat umum karena pada dasarnya pendapat umum politik terbangun melalui citra politik. Sedangkan citra politik terwujud sebagai konsekuensi kognitif dari komunikasi politik. Citra politik menurut Cangara (2009) adalah identitas politik, yang merupakan visualisasi dari

⁶³ Hamad, *Komunikasi Sebagai Wacana*. h. 121.

⁶⁴ Arifin, *Komunikasi Politik*, (2003). h. 112

atribut yang diberikan dan dipersepsikan oleh pihak luar tentang seorang kandidat maupun partai politik. Citra politik dalam hal ini bisa berupa reputasi dan kredibilitas seorang kandidat maupun partai politik yang dipersepsikan oleh masyarakat luas. Semakin baik reputasi dan kredibilitas seorang kandidat maupun partai politik, maka akan semakin besar peluang untuk dipilih masyarakat dalam pemilihan umum.⁶⁵

Komunikasi politik dalam prakteknya sering kali memainkan peran ganda terutama yang berkaitan dengan citra politik. Disatu sisi komunikasi politik dilakukan untuk membangun citra politik positif bagi partai politik, kandidat maupun lembaga politik, namun pada sisi lain dilakukan untuk menghancurkan citra lawan politik. Hal tersebut dilakukan dengan asumsi bahwa kehancuran citra suatu lawan politik berarti suatu keuntungan bagi seseorang politikus (kandidat) maupun partai politik untuk membangun citra politiknya dan mendapat dukungan politik dari masyarakat.⁶⁶

Para politikus sangat berkepentingan dalam menciptakan, membangun, dan memperkuat citra politik positif mereka melalui komunikasi. Citra politik yang positif dari suatu partai politik maupun kandidat akan memberikan efek yang positif pula terhadap pemilih guna memberikan suaranya dalam pemilihan umum. Dengan demikian, citra politik seseorang akan membantu dalam pemahaman, penilaian dan pengidentifikasian peristiwa, gagasan, tujuan atau pemimpin politik. Citra politik juga membantu bagi seseorang dalam memberikan alasan yang dapat diterima secara subyektif tentang mengapa segala sesuatu hadir sebagaimana tampaknya tentang referensi politik. Citra politik akan menjadi perhatian penting jika seseorang menganggap bahwa dalam memenuhi kebutuhan fisik, sosial dan psikologis hanya dapat diatasi dan dilakukan oleh negara. Orang bertukar citra politik melalui komunikasi politik sebagai cara untuk menyelesaikan konflik dan mencari konsensus dalam upaya manusia dan masyarakat memenuhi kebutuhan-kebutuhan dasarnya.

2. Pendapat Umum (Opini Publik)

Komunikasi politik juga bertujuan untuk membentuk, membina serta mempertahankan pendapat umum (*opini public*). Pendapat umum merupakan

⁶⁵ Cangara, *Komunikasi Politik*. h. 231

⁶⁶ *Ibid*, h. 249.

fenomena komunikasi politik yang sudah cukup lama menjadi perhatian, baik oleh para politisi maupun oleh para akademisi. Hal tersebut dapat dipahami karena pada hakikatnya pendapat umum di negara demokrasi dapat disebut sebagai sebuah kekuatan politik. Pendapat umum sering diposisikan sebagai kekuatan keempat setelah kekuatan lainnya dalam konsep *trias politica* (pembagian kekuasaan) yang diungkapkan Montesqueu, yaitu legislatif, eksekutif dan yudikatif.⁶⁷

Dari sekian banyak pengertian yang disampaikan oleh banyak orang maupun para pakar tentang pendapat umum, setidaknya definisi yang diungkapkan Hafied Cangara di bawah ini dapat mewakili dan memberikan pemahaman konferhensif tentang pendapat umum.

Pendapat umum ialah gabungan pendapat perseorangan mengenai suatu isu yang dapat mempengaruhi orang lain, serta memungkinkan seseorang dapat mempengaruhi pendapat-pendapat tersebut. Ini berarti pendapat umum hanya bisa terbentuk kalau menjadi pembicaraan umum, atau jika banyak orang penting (elit) mengemukakan pendapat mereka tentang suatu isu sehingga bisa menimbulkan pro dan kontra di kalangan anggota masyarakat.⁶⁸

Selanjutnya, untuk membentuk pendapat umum ada tiga unsur yang harus diperhatikan, yaitu; *pertama*, harus ada isu yang aktual (peristiwa atau kata-kata), penting dan menyangkut kepentingan pribadi kebanyakan orang dalam masyarakat atau kepentingan umum yang disiarkan melalui media massa. *Kedua*, harus ada sejumlah orang yang membicarakan serta mendiskusikan isu tersebut, yang kemudian menghasilkan kata sepakat mengenai sikap, pendapat dan pandangan mereka. *Ketiga*, pendapat mereka harus diekspresikan atau dinyatakan dalam bentuk lisan, tertulis dan gerak-gerik.⁶⁹

Dalam hal ini, media massa sebagai saluran komunikasi politik memiliki peranan yang cukup signifikan untuk membentuk pendapat umum di tengah-tengah masyarakat sehingga banyak politisi yang memanfaatkan media massa untuk membentuk, membina serta mempertahankan pendapat umum (*opini public*). Kehadiran media massa pada masyarakat yang berkembang termasuk

⁶⁷ Arifin, *Komunikasi Politik* (2003). h. 114.

⁶⁸ Cangara, *Komunikasi Politik*. h. 158.

⁶⁹ Anwar Arifin, *Komunikasi Politik* (2003), h. 118.

Indonesia mempunyai arti yang sangat penting, dan diyakini sebagai salah satu pilar demokrasi. Media massa telah menjadikan jarak psikologis dan jarak geografis semakin kecil dan sempit, dan kejadian diberbagai tempat diketahui secara cepat dengan adanya media massa, seperti radio, televisi, surat kabar dan sebagainya.⁷⁰

3. Partisipasi Politik

Partisipasi politik merupakan salah satu aspek penting dari demokrasi. Asumsi yang mendasari demokrasi (partisipasi) adalah orang yang paling tahu tentang apa yang baik bagi dirinya adalah orang itu sendiri. Karena keputusan politik yang dibuat dan dilaksanakan oleh pemerintah menyangkut dan memengaruhi kehidupan warga negara maka warga masyarakat berhak ikut serta menentukan isi keputusan yang memengaruhi hidupnya dalam keikutsertaan warga negara dalam memengaruhi proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan politik. Kegiatan warganegara biasa dibagi menjadi dua yaitu: memengaruhi isi kebijakan umum dan ikut menentukan pembuatan dan pelaksana keputusan politik.

Partisipasi politik dalam studi analisis moderen, awalnya hanya difokuskan kepada keberperanan partai politik dalam mewarnai pemerintahan, namun dalam perkembangannya juga mempelajari bagaimana kelompok-kelompok masyarakat (NGO, Ormas, OKP, organisasi profesi) terlibat dalam memengaruhi pengambilan kebijakan. Kelompok-kelompok ini muncul sebagai respon atas kekecewaan terhadap kinerja partai politik yang dinilai tidak optimal memperjuangkan aspirasi yang beragam dari masyarakat.

Partisipasi politik memiliki pengertian yang beragam. Ada beberapa ahli yang mengungkapkan pendapatnya tentang partisipasi politik. Menurut Ramlan (2007) Surbakti yang dimaksud dengan partisipasi politik adalah keikutsertaan warga negara biasa dalam menentukan segala keputusan yang menyangkut atau memengaruhi hidupnya.⁷¹ Sementara itu, seorang tokoh partisipasi Herbet McClosky mengungkapkan pengertian partisipasi politik, sebagai berikut :

The term political participation will refer to those voluntary activities by which members of society share in the selection of rulers and, directly, in

⁷⁰ Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa: Sebuah Analisis Media Televisi* (Jakarta PT. Rineka Cipta, 1993), h. 98.

⁷¹ Surbakti, *Memahami Ilmu Politik*. h. 140.

the formation of public policy. (Partisipasi politik adalah kegiatan sukarela dari warga negara melalui mana mereka mengambil bagian dalam proses pemilihan penguasa, dan secara langsung atau tidak langsung, dalam proses pembentukan kebijakan umum).⁷²

Samuel P. Huntington dan Joan M. Nelson memberi definisi lebih luas dengan memasukkan secara eksplisit tindakan ilegal dan kekerasan.

By political participation we mean activity by private citizens designed to influence government decision making. Participation may be individual or collective, organized or spontaneous, sustained or sporadic, peaceful or violent, legal or illegal, effective or ineffective. (Partisipasi politik adalah kegiatan warga negara yang bertindak sebagai pribadi-pribadi, yang dimaksud untuk memengaruhi pembuatan keputusan oleh pemerintah. Partisipasi bisa bersifat individual atau kolektif, terorganisir atau spontan, mantap atau sporadis, secara damai atau dengan kekerasan, legal atau ilegal, efektif atau tidak efektif).⁷³

Miriam Budiardjo (2008) mengungkapkan definisi secara umum bahwa, partisipasi politik adalah kegiatan seseorang atau kelompok orang untuk ikut serta secara aktif dalam kehidupan politik, antara lain dengan jalan memilih pimpinan negara dan, secara langsung atau tidak langsung memengaruhi kebijakan pemerintah. Kegiatan tersebut mencakup tindakan seperti pemberian suara dalam pemilihan umum, menghadiri kampanye politik, mengadakan hubungan atau *lobbying* dengan pejabat pemerintah atau anggota legislatif, menjadi anggota partai politik, demonstrasi, dan sebagainya.

Partisipasi politik secara umum diartikan sebagai keterlibatan aktif individu ataupun kelompok dalam proses pengambilan keputusan pemerintahan yang berdampak pada kehidupan mereka. Proses aktif bisa berbentuk oposisi maupun loyalis pemerintah. Partisipasi politik dapat dilakukan melalui penggunaan hak pilihnya pada saat pemilihan umum baik itu pemilu presiden, gubernur maupun Bupati/Walikota, menghadiri rapat umum, mengadakan hubungan (*contacting*) ataupun lobi-lobi dengan pejabat pemerintah atau anggota parlemen, menjadi anggota partai politik ataupun kelompok penekan (*pressure*

⁷² Budiardjo, *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. h. 367.

⁷³ *Ibid*, h. 368.

group). Sehingga, partisipasi politik dipahami sebagai kegiatan sukarela (tanpa paksaan) warga negara dalam proses politik.

Partisipasi politik warga negara sangat dipengaruhi oleh kepercayaan masyarakat terhadap sistem politik yang ada. Dalam kasus-kasus pemilihan umum, Legislatif, Presiden, Gubernur, Bupati maupun Walikota menunjukkan bahwa partisipasi politik masyarakat masih rendah dalam pemberian suara. Hal tersebut salah satunya disebabkan oleh keyakinan masyarakat bahwa pemilu yang dilakukan tidak mampu membawa perubahan terhadap kehidupan mereka, dan pemilu dianggap hanya sebagai janji-janji kosong seorang calon pemimpin rakyat. Dalam hal ini Richard L. Johannesen (1996) mengutip John Orman, dalam bukunya *Etika Komunikasi*, menyebutkan: Ketika kepercayaan terhadap sistem politik menurun, dukungan terhadap rezim yang berkuasa juga menurun, oleh karena itu kebohongan presidensial yang tersebar luas dapat melemahkan fondasi sistem politik yang stabil.

Rendahnya tingkat partisipasi masyarakat pada pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Medan tahun 2015 dapat kita analisa dengan pendekatan *Political trust* dan *political efficacy* merupakan dua konsep kunci dalam teori partisipasi politik dan pemerintahan demokratis. Craigh dan Niemi menyebutkan bahwa *political trust* dan *political efficacy* merupakan standar yang sering digunakan untuk mengukur bagaimana sikap politik masyarakat secara umum dan seberapa besar pembangunan sistem demokrasi dalam suatu negara serta kepuasan masyarakat terhadap suatu rezim pemerintahan yang berakibat pada partisipasinya dalam proses politik.⁷⁴

Gamson menjelaskan bahwa dalam *political trust* merupakan suatu keyakinan bahwa pemerintah bertindak sesuai dengan kepentingan publik. Individu yang memiliki kepercayaan politik akan cenderung memilih tingkat partisipasi politik yang tinggi. Indikasinya ditunjukkan dengan rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap aktor politik, lembaga politik maupun demokrasi itu sendiri berdampak turunnya partisipasi masyarakat dalam pemilu. Patti dan Jhonston menyebut sistem politik yang korup mengakibatkan rendahnya

⁷⁴ S.Craig dan G. Niemi 1988 “ *Political efficacy and trust on the NES pilot study* “ Jurnal political Behavioral, Vol 12/ no 3 tahun 1990.

political trust masyarakat yang berkorelasi langsung terhadap rendahnya tingkat partisipasi masyarakat.⁷⁵

Banyaknya aktor politik baik di eksekutif maupun di legislatif yang terjerat kasus korupsi. Dua gubernur terpilih dalam dua pilkada langsung yang diselenggarakan divonis melakukan tindak pidana korupsi. Pertama Syamsul Arifin ia dipidana karena korupsi Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) Kabupaten Langkat saat masih menjadi Bupati Langkat. Kemudian Gatot Pujo Nugroho wakilnya dilantik menggantikannya periode berikutnya skandal kasus hibah Bansos 2013 melibatkan Gatot dan hampir seluruh anggota DPRD. Korupsi juga terjadi amat massif di Kota Medan, pada Mei 2008 Walikota Abdillah dan wakil Walikota Ramli menjadi tersangka kasus korupsi pengadaan mobil pemadam kebakaran dan APBD Medan 2005. Pada periode selanjutnya Rahudman Harahap Walikota Medan 2010-2013 diberhentikan dari jabatannya karena menjadi terdakwa dalam kasus korupsi tunjangan penghasilan aparat pemerintah desa (TPAPD) 2005.⁷⁶

Political efficacy adalah perasaan dimana masyarakat merasa setiap tindakannya akan mampu merubah, memengaruhi proses keadaan politik. Sehingga kehadirannya dalam setiap proses politik diyakini akan menghadirkan perubahan sesuai dengan kehendaknya seperti halnya kehadiran dalam pemilu.⁷⁷ Rendahnya presentase masyarakat dalam menggunakan hak pilihnya pada pilkada Kota Medan juga tidak terlepas dari kandidat yang bertarung dalam pilkada Kota Medan. Menurut Elfanda Ananda pengamat sosial politik Sumatera Utara seperti yang dikutip dari wawancara Harian Surat Kabar Tribun Medan, mengungkapkan:

Dari sisi figur kandidat keduanya tidak ada yang bisa ditonjolkan keberhasilannya. Masyarakat sudah cerdas dalam menelusuri jejak rekam keduanya sehingga publik tidak mempunyai harapan pada keduanya. Selain itu biaya politik tetap besar dalam mendapatkan perahu sehingga banyak calon pemimpin yang tereliminasi”

⁷⁵ Gamson dalam Hasbi Wahyudi, dkk 3013. *Peran kepercayaan politik dan kepuasan demokrasi terhadap partisipasi politik Mahasiswa*. Jurnal Psikologi Vol 9 no 2 Desember 2014.

⁷⁶ Lihat lebih Lanjut dalam portal dakwah.com “ *Data hitam (korupsi) Pejabat disumut 15 tahun terakhir*” (online)(<http://dakwahsumut.com/data-hitam-korupsi-pejabat-sumut-15-tahun-terakhir/>) diakses pada tanggal 2 Mei 2018.

⁷⁷ Campbell, Gurin dalam Ann-Kristin dkk 2013, *Eksternal Efficacy and Perceived responsiveness-same or different?* “ Twante : University Twentee.

Harapan masyarakat akan hadirnya pemimpin baru dari proses demokrasi menjadi semakin sulit terwujud. Partai politik yang melakukan penjarangan kandidat dinilai kurang demokratis serta cenderung menggunakan biaya politik yang tinggi mengakibatkan beberapa calon potensial tereliminasi. Akibatnya masyarakat enggan untuk berpartisipasi dalam pemilu. Masyarakat secara sadar dan mandiri untuk tidak menggunakan haknya dengan pertimbangan yang didasari sikap apatis yakni meyakini bahwa para calon yang bertarung tidak memiliki kapasitas untuk mewujudkan harapan mereka. Selain itu mereka menyadari bahwa mencoblos dan tidak mencoblos memiliki makna yang sama yakni tidak memberikan pengaruh yang signifikan dalam kehidupan mereka. Kemudian pengalaman mereka dalam mengikuti pilkada ternyata menghasilkan pemimpin yang tidak amanah.

Ungkapan tersebut mengisyaratkan bahwa partisipasi politik individu maupun masyarakat akan sangat dipengaruhi oleh kepercayaan mereka terhadap lembaga politik dan kepemimpinan politik yang ada, semakin baik lembaga dan pemimpin melakukan amanah masyarakat maka partisipasi masyarakat dalam aktivitas politik akan semakin baik, dan sebaliknya.

B. Pencitraan Politik

Salah satu tujuan komunikasi politik adalah membentuk citra politik yang baik pada khalayak. Citra politik tersebut terbentuk berdasarkan informasi yang diterima secara langsung maupun melalui media politik, termasuk pada era saat ini media sosial seperti *Twitter*, *Facebook*, *WhatsApp* dan sebagainya yang berperan menyampaikan pesan-pesan politik secara langsung, aktual dan cepat dari sumber-sumber yang memiliki hubungan langsung maupun tidak langsung. Pencitraan politik juga sangat erat kaitannya dengan pembentukan opini publik, melalui citra yang ditampilkan akan memberi informasi, pengetahuan dan pemahaman serta penilaian terhadap objek yang dicitrakan tersebut. Sehingga pencitraan politik menjadi kebutuhan dasar yang dilakukan oleh partai politik, aktor politik dan kandidat politik terlebih lagi pada masa-masa kampanye pemilihan umum. Selain itu, lembaga-lembaga politik maupun para profesional juga turut melakukan pencitraan politik untuk sebuah tujuan-tujuan politik tertentu.

Citra secara etimologis berasal dari bahasa Sangsekerta yang berarti gambar. kemudian dikembangkan menjadi gambaran sebagai padanan kata *image*

dalam bahasa Inggris. Sedangkan secara terminologi kata citra diartikan sebagai sesuatu yang abstrak dan kompleks serta melibatkan aspek emosi (afeksi) dan aspek penalaran (kognisi), sehingga citra dalam hal ini mengandung unsur emosi dan rasional sekaligus dalam diri individu maupun kelompok oleh karena itu citra dapat dilihat sebagai sesuatu yang bersifat subjektif dan objektif.⁷⁸

Frank Jefkins dalam buku *Public Realition Technique*, mengartikan citra sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.⁷⁹ Oleh karena itu, citra juga dapat dipahami sebagai kesan yang melekat dan tersembunyi di dalam pikiran individu atau kelompok yang terbentuk berdasarkan informasi yang ditangkap melalui panca indra seseorang secara verbal maupun nonverbal, baik secara langsung maupun melalui media. Dengan demikian citra terbentuk melalui proses komunikasi. Sebagaimana dipahami bahwa proses komunikasi berjalan dan melibatkan unsur-unsur komunikasi, yaitu komunikator (sumber), komunike (pesan), komunikan (khalayak), media (saluran) dan efek (umpan balik). Dalam hal ini citra merupakan efek dari proses komunikasi yang terjadi.

Citra sebagai efek dari komunikasi dan jika dihubungkan dengan politik memberikan manfaat bagi individu terutama tentang kepuasan baginya tentang peristiwa politik tertentu dan kesukaan atau ketidaksukaan kepada seseorang atau kepada lembaga politik. Citra dalam hal ini akan memudahkan seseorang dalam menjalin hubungan dan melakukan interaksi dengan orang lain. Citra seseorang juga akan membantu dalam suatu pemahaman, penilaian, dan pengindentifikasian terhadap peristiwa, gagasan, tujuan, atau seorang tokoh politik, dan partai politik dalam masyarakat.

Pada hakekatnya citra dapat diformulasikan sebagai konstruksi atas *representasi* dan *persepsi seseorang* terhadap individu, kelompok atau lembaga yang terkait dengan kiprahnya dalam masyarakat. citra yang melekat dan tersimpan dalam pikiran seseorang hal itu tidak selamanya identik dengan realitas atau kenyataan yang sesungguhnya. Sehingga citra adalah dunia menurut persepsi kita. Sebagaimana yang diungkapkan Walter Lippman (1965) dalam Arifin menyebut citra sebagai *picture in our head*.⁸⁰

⁷⁸ Arifin, *Politik Pencitraan*. h. 16.

⁷⁹ Frank Jefkins, *Public Realition Technique*. Edisi Keempat (Jakarta, Penerbit Erlangga, 1992), h. 15.

⁸⁰ *Ibid*, h. 19.

Setiap orang dalam hidup bermasyarakat senantiasa berupaya secara sadar maupun tidak ingin memperoleh citra yang baik dari orang-orang lain dalam lingkungan sosialnya. Secara kodrati setiap orang ingin dianggap dirinya sebagai orang yang baik, bermanfaat dan memiliki nilai lebih di mata orang lain dan masyarakat luas. Sehingga setiap orang berupaya melakukan sesuatu yang dapat membangun citra dirinya melalui komunikasi, tindakan dan perilaku yang wajar sesuai nilai, norma dan adat kebiasaan di masyarakat. Demikian halnya dengan seorang politikus maupun partai politik yang sangat berkepentingan dengan citra politik yang positif di mata publik.

Citra di dalam politik lebih dari sekedar strategi untuk menampilkan kandidat kepada pemilih, akan tetapi juga berkaitan dengan kesan yang dimiliki oleh pemilih baik yang diyakini sebagai hal yang benar maupun tidak. Hal tersebut menunjukkan bahwa citra lebih dari sekedar pesan yang dibuat oleh kandidat ataupun gambaran yang dibuat oleh pemilih tentang kandidat, tetapi citra merupakan proses negosiasi, evaluasi dan konstruksi oleh kandidat dan pemilih secara bersama. Dengan demikian citra adalah transaksi antara strategi seorang kandidat dalam menciptakan kesan personal dengan kepercayaan yang sudah ada dalam benak para pemilih. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh McGinnis (1970) dalam Kavanagh (1995), pemilih sesungguhnya melihat kandidat bukan berdasarkan realitas yang asli melainkan dari sebuah proses kiamawi antara pemilih dan citra kandidat (Gambaran imajiner).⁸¹

Citra yang baik dengan sendirinya akan meningkatkan popularitas dan elektabilitas kandidat, begitupun sebaliknya. Sehingga hal itu yang mendorong para politisi bekerja keras melakukan pencitraan politik di tengah para pemilih. Semakin baik citra kandidat dimata pemilih, maka seorang kandidat sangat besar peluang meraup dukungan dan suara dari pemilih. Sehingga, para politikus sangat berkepentingan dalam menciptakan, membangun, dan memperkuat citra politik positif mereka melalui komunikasi. Citra politik yang positif dari kandidat akan memberikan efek yang positif pula terhadap pemilih sebagai dasar mereka memberikan suaranya dalam pemilihan umum. Dengan demikian, citra politik seseorang akan membantunya dalam memahami, menilai dan mengidentifikasi

⁸¹ Dennis Kavanagh, *Election Campaigning: The New Marketing of Politica* (United Kingdom: Blackwell, 1997), h. 13.

peristiwa, gagasan, tujuan atau pemimpin politik. Citra politik juga membantu bagi seseorang dalam memberikan alasan yang dapat diterima secara subyektif tentang mengapa segala sesuatu hadir sebagaimana tampaknya tentang referensi politik. Citra politik akan menjadi perhatian penting jika seseorang menganggap bahwa dalam memenuhi kebutuhan fisik, sosial dan psikologis hanya dapat diatasi dan dilakukan oleh negara. Orang bertukar citra politik melalui komunikasi politik sebagai cara untuk menyelesaikan konflik dan mencari konsensus dalam upaya manusia dan masyarakat memenuhi kebutuhan-kebutuhan dasarnya.

Citra politik dalam hal ini dapat dipahami sebagai gambaran seseorang tentang politik yang mencakup pengaruh (*influenze*), wewenang (*outhority*), konflik (*conflict*), kekuasaan (*fower*) atau kekuatan (*force*), kerjasama (*cooperations*), konsensus (*consensus*). Proses pembentukan citra politik itu dinamakan pencitraan politik (*political imaging*). Sedangkan kebijakan negara atau lembaga-lembaga negara dalam melakukan proses pembentukan citra dinamakan politik pencitraan (*imaging policy*).⁸²

Sementara itu, Anang Anas Azhar melihat bahwa pencitraan politik itu diibaratkan sebagai sebuah promosi produk atau barang maupun jasa yang dikemas sedemikian rupa sehingga menjadi penarik minat para konsumen untuk membelinya.

Pencitraan dalam pentas demokrasi di Indonesia, dapat dikatakan sebagai politikal marketingnya para politikus untuk menarik minat dan kepercayaan dari masyarakat. Para kandidat atau politisi yang sedang berkompetisi, dipasarkan mirip sebuah produk dan dijual dengan cara yang berbeda-beda untuk memikat publik. Maka tidak mengherankan jika politisi memanfaatkan konsep pencitraan untuk menjembatani jarak antara pemilih dengan apa yang sesungguhnya tersimpan di benak para pemilih. Dalam kaitan ini, pencitraan politik sebenarnya lebih dari sekedar strategi untuk menampilkan kandidat kepada para pemilih. Tetapi juga berkaitan dengan kesan yang dimiliki oleh pemilih baik yang diyakini sebagai hal yang benar atau tidak. Artinya, citra lebih dari sekedar pesan yang dibuat oleh kandidat ataupun gambaran yang dibuat oleh pemilih, tetapi citra merupakan negosiasi, evaluasi dan konstruksi oleh kandidat dan pemilih dalam sebuah usaha bersama. Dengan kata lain, keyakinan pemilih tentang kandidat berdasarkan interaksi atau kesaling bergantungan antara yang dilakukan oleh kandidat dan pemilih.⁸³

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa pencitraan politik adalah sebuah proses memberikan pengertian, pengetahuan dan pemahaman

⁸² Arifin, *Politik Pencitraan*, h. 23.

⁸³ Anang Anas Azhar, *Pencitraan Politik Elektoral* (Yogyakarta: Atap Buku, 2017), h. 35.

kepada khalayak tentang politik (kekuasaan, kewenangan, otoritas, kerjasama, konflik dan konsensus) sehingga terbentuk gambaran di dalam benak khalayak tentang suatu objek politik yang meliputi aktor, tokoh, lembaga atau organisasi politik maupun peristiwa-peristiwa politik yang sedang berlangsung.

a. Membangun Citra Politik

Frank Jefekins menyebutkan ada lima jenis citra, yaitu: Citra bayangan (*mirror image*), citra yang berlaku (*current image*), citra perusahaan atau lembaga (*cooperate image*), citra majemuk (*multiple image*). Citra bayangan merupakan gambaran yang melekat pada anggota organisasi, melalui itu khalayak memberikan penilaian terhadap organisasi yang bersangkutan. Selanjutnya, citra yang berlaku adalah kebalikan dari citra bayangan. Hal ini menunjukkan bahwa khalayak sudah memiliki penilaian yang melekat atau baku terhadap sebuah organisasi tersebut. Sementara citra harapan merupakan citra yang akan diwujudkan (citra baru) kepada khalayak, karena khalayak belum memiliki informasi yang memadai. Sedangkan citra perusahaan adalah gambaran yang menyeruruh tentang sebuah lembaga atau organisasi dan tidak bersifat parsial maupun personal-personal. Seperti prestasi, keunggulan, tanggung jawab sosial dan sebagainya. Citra majemuk merupakan gambaran tampilan, perilaku maupun simbol simbol lainnya yang ditampilkan sebuah organisasi sehingga hal ini memberikan suatu gambaran kepada khalayak.⁸⁴

Citra merupakan suatu yang kompleks. Tidak hanya dimensinya saja yang abstrak, tetapi juga melibatkan suatu proses kognitif dan afektif dalam masyarakat. Pendekatan kognitif mengacu pada pertimbangan rasional, sementara pendekatan afektif lebih melihat pada sisi emosi dan perasaan dalam dimensi citra. Hal ini terjadi karena masyarakat merupakan kumpulan dari berbagai individu-individu yang berbeda, baik secara pendidikan, ekonomi, sosial dan budaya. Sehingga hal itu harus yang acuan pendekatan dalam membangun citra di tengah-tengah masyarakat.

Citra politik juga dapat dibangun melalui dua pendekatan yaitu kognitif-rasional dan afektif. Pertama, pendekatan kognitif-rasional menjelaskan bahwa manusia adalah makhluk berakal budi sehingga interaksi partai politik maupun kandidat dengan masyarakat didasarkan pada alasan-alasan logis yang rasional. Dalam hal ini masyarakat akan menilai dan kemudian memilih suatu partai

⁸⁴ Jefekins, *Public Realition Technique*, h. 123.

maupun kandidat berdasarkan pertimbangan rasional tentang program-program dan kebijakan yang ditawarkan oleh suatu partai politik maupun seorang kandidat. Dalam hal ini masyarakat tidak mudah mempercayai janji-janji politik yang disampaikan ketika kampanye pada masa pemilu, janji-janji maupun program yang ditawarkan akan senantiasa di kaji dan di analisis berdasarkan tingkat pendidikan dan pengalaman yang dimiliki masyarakat. Citra politik akan terwujud setelah partai politik maupun kandidat merealisasikan janji-janji mereka, maka citra politik positif akan terbangun dengan sendirinya dalam masyarakat. Sebaliknya jika janji hanya tinggal janji dan program hanya slogan saja maka citra politik yang negatif akan melekat pada partai politik maupun seorang kandidat.⁸⁵

Dalam hal ini rakyat bukanlah peserta komunikasi yang pasif melainkan merupakan khalayak yang aktif, sebagaimana yang dirumuskan dalam teori khalayak aktif, teori khalayak kepala batu, dan teori guna dan kepuasan yang dicakup dalam paradigma psikologi. Penilaian-penilaian yang berlangsung dalam diri khalayak, publik atau individu itulah yang akan menimbulkan kesan, persepsi atau citra politik yang relatif lama terhadap seorang kandidat maupun partai politik.⁸⁶

Kedua, pendekatan afektif melihat bahwa tidak semua masyarakat adalah rasional dalam menilai partai politik maupun kandidat. Pada umumnya ketika dihadapkan pada permasalahan-permasalahan politik, masyarakat menggunakan pendekatan emosional mereka. Newman dan Seth (1985) dalam Firmansyah menyebutkan bahwa pentingnya peranan emosi dan perasaan dalam membentuk perilaku pemilih di masyarakat, pentingnya faktor ini disebabkan karena tidak semua masyarakat memiliki kemampuan untuk berpikir dan menganalisa apa yang mereka butuhkan dan bagaimana memenuhinya.⁸⁷

Dalam masyarakat jenis ini, citra politik terhadap suatu partai politik maupun seorang kandidat berkembang berdasarkan mitos, stereotipe, sentimen-sentimen seperti suku, agama, kedaerahan dan sebagainya dalam masyarakat. Bahkan terkadang citra yang terbangun tidak didasarkan pada program yang ditawarkan suatu partai politik maupun kandidat, citra politik terbangun hanya didasarkan pada jargon-jargon politik, simbol-simbol yang ditampilkan, figur

⁸⁵ Firmansyah, *Marketing Politik*, h. 235.

⁸⁶ Arifin, *Politik Pencitraan*, h. 25

⁸⁷ Firmansyah, *Marketing Politik*, h. 237.

ketokohan, sejarah dan latar belakang partai politik maupun kandidat. Tentunya masyarakat jenis ini masih mendominasi jumlahnya terutama di negara-negara yang sedang berkembang seperti Indonesia.

Untuk dapat membangun citra yang konferhensif maka partai politik, kandidat maupun aktor-aktor yang terlibat dalam pencitraan politik harus mampu menggunakan dua pendekatan sekaligus, yaitu pendekatan rasional dan emosional secara bersamaan. Satu sisi partai politik maupun kandidat dan yang lainnya harus mampu menawarkan strategi program kerja yang terukur dan bernilai manfaat bagi masyarakat, dan pada sisi yang lain partai politik maupun kandidat harus mampu menggunakan jargon-jargon politik yang mudah dipahami oleh masyarakat awam, seperti jargon "Peduli wong cilik". Selain itu partai politik maupun kandidat harus menunjukkan kedekatan dan kepedulian kepada masyarakat secara langsung, seperti turun ke desa-desa, turut membantu korban bencana alam, menunjukkan sikap religius dan sebagainya.

Membangun citra politik dengan harapan sampai membekas di pikiran masyarakat sesuai yang diharapkan suatu partai politik maupun kandidat bukanlah hal yang mudah dan dapat cepat tercapai. Untuk itu, ada hal yang harus dilakukan secara terus menerus oleh partai politik maupun kandidat yaitu komunikasi politik. Komunikasi politik disini dilihat sebagai usaha terus-menerus suatu partai politik maupun kandidat untuk melakukan komunikasi dialogis dengan masyarakat. Komunikasi politik dimaksud tidak hanya dilakukan sewaktu periode kampanye semata, melainkan hal itu terus dilakukan secara kontinue melalui pemberitaan media massa tentang apa yang sedang dan akan dilakukan atau dengan selalu hadir di tengah-tengah masyarakat melakukan kegiatan sosial, keagamaan dan sebagainya serta mendengarkan apa yang menjadi permasalahan dan keluhan masyarakat.⁸⁸

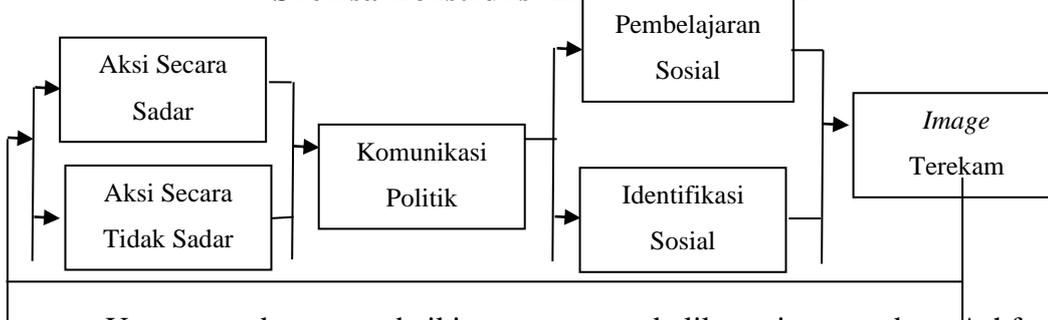
Hal tersebut menunjukkan aktivitas komunikasi Politik yang penting dalam suatu proses tukar menukar informasi antara dua entitas atau lebih dengan tujuan utama untuk menciptakan kesamaan pemahaman politik (misalnya tentang pesan, permasalahan, isu, kebijakan politik) antar seorang kandidat atau partai politik dengan masyarakat. Komunikasi yang terjadi dapat dilihat sebagai suatu proses dua arah, satu dengan yang lain harus saling memahami untuk menciptakan

⁸⁸ *Ibid*, h. 242.

pemahaman dan konsensus bersama. Hal ini hanya dapat terjadi jika adanya saling tukar menukar informasi, seorang kandidat atau partai politik juga membutuhkan umpan balik (*feed back*) dari masyarakat atas apa yang mereka lakukan. Syarat adalah keterbukaan untuk menerima masukan dan umpan balik dari masyarakat, sehingga seorang kandidat atau partai politik dapat mengoreksi dan memperbaiki kinerja serta pola komunikasi politiknya.

Konsekuensi aktivitas komunikasi politik yang dilakukan seorang kandidat maupun partai politik tidak hanya sekedar untuk membangun citra positif, tetapi juga untuk memperbaiki citra yang telah rusak atau buruk (negatif) di mata masyarakat. Citra negatif dapat muncul disebabkan oleh dua hal. Pertama, komunikasi maupun tindakan yang disengaja atau tidak disengaja oleh seorang kandidat maupun partai politik. Seperti ucapan yang kasar, sikap yang nampak sombong ketika tampil di tengah masyarakat maupun di media, atau kinerja maupun aksi sosial yang tidak nampak dirasakan oleh masyarakat. Kedua, citra negatif muncul karena tindakan kampanye hitam (*black campaign*) yang dilakukan lawan politik. Kampanye hitam acap kali mewarnai pentas politik terlebih ketika masa kampanye pemilihan umum, hal tersebut dilakukan untuk menjatuhkan citra lawan politik di mata masyarakat luas. Hal ini pernah dialami Jokowi ketika maju sebagai calon presiden 2014 yang lalu, dirinya disebut bukan muslim, keturunan PKI dan sebagainya. Konstruksi *image* yang dimaksudkan oleh Firmansyah dapat dipahami sebagaimana skema berikut.⁸⁹

Gambar 2
Skema Konstruksi Image Firmansyah



Upaya untuk memperbaiki atau mengembalikan citra tersebut, Ashforth dan Kreiner (1991) dalam Firmansyah, menawarkan tiga strategi, yaitu: Strategi *refaming*, strategi *recalibrating*, dan strategi *refocusing*.⁹⁰

⁸⁹ *Ibid*, h. 243.

⁹⁰ *Ibid*, h. 248.

Pertama, strategi *refaming*. Strategi ini adalah metode transformasi makna dan pemahaman tentang citra negatif tersebut. Dalam strategi ini terdapat dua metode yang digunakan yaitu, *infusing* dan *neutralizing*. Dalam *infusing*, stigma negatif dapat ditambah dan dilekat dengan hal-hal yang bersifat positif, kemudian mengubahnya dalam suatu penghargaan atau tanda jasa. Sementara *neutralizing* dapat digunakan strategi penolakan atas tanggung jawab dan keterlibatan seorang kandidat maupun partai politik atas suatu peristiwa yang terjadi. Namun, strategi ini tidak dianjurkan, karena citra positif sulit dilakukan melalui proses penyangkalan atas tanggung jawab.

Kedua, strategi *recalibrating*. Seorang kandidat maupun partai politik dapat melakukan perubahan standar yang terkait *Magnitude* (seberapa besar) dan *valence* (seberapa bagus) suatu atribut negatif atas citranya. Yang diubah adalah standar dari efek negatifnya dan bukan citra itu sendiri. Citra negatif tersebut harus dilokalisasi, dan menjadi tanggung jawab lokal. Contoh, jika seseorang anggota partai politik terlibat korupsi, maka korupsi itu dianggap sebagai tanggung jawab personal individu dan hal itu bukan kebijakan partai.

Ketiga, strategi *refocusing*. Dalam strategi ini berupaya untuk mengalihkan atau menggeser perhatian masyarakat dari citra negatif yang muncul ke arah hal-hal yang positif. Strategi ini disebut juga sebagai strategi pengalihan isu. Sehingga masyarakat berubah perhatiannya dari isu negatif tentang seseorang kandidat atau partai politik ke isu lainnya yang tidak berhubungan dengan isu negatif tersebut.

b. Prinsip Pencitraan Politik

Pencitraan politik harus dilaksanakan berdasarkan prinsip-prinsip moral yang ada di tengah-tengah masyarakat tentunya hal itu menjadi tanggung jawab para politisi maupun partai politik yang berhajat pada suatu kekuasaan memerintah masyarakat. Hal ini dimaksudkan agar aktivitas politik tidak lagi dimaknai sebagai sesuatu kebohongan, tipu muslihat dan sebagainya oleh sebagian besar masyarakat. Upaya melakukan pencitraan politik yang membawa manfaat bagi kandidat atau partai politik dan masyarakat secara luas, diyakini bukan suatu pekerjaan yang mudah. Sehingga aktivitas pencitraan politik yang dilakukan harus memperhatikan prinsip berikut;

Pertama, untuk membangun citra politik dibutuhkan waktu yang lama. Citra tidak dibangun dalam satu dua hari. Masyarakat membutuhkan waktu untuk bisa melihat dan menilai kesesuaian pola dan alur politik dengan suatu partai politik maupun seorang kandidat. Tradisi pencitraan di Indonesia masih terlihat disekitar momen-momen pemilihan umum. Kedua, membangun citra membutuhkan konsistensi dari semua hal yang dilakukan suatu partai politik maupun kandidat, seperti *platform*, program kerja, reputasi, ketokohan, latar belakang dan retorika suatu partai politik maupun kandidat. Ketiga, citra politik adalah kesan dan persepsi publik terhadap apa saja yang dilakukan partai politik maupun kandidat, jadi yang penting dalam hal ini persepsi publik. Sehingga partai politik maupun kandidat harus mampu menempatkan kesan, citra dan reputasi politik mereka dalam benak masyarakat. Keempat, citra politik terdapat dalam kesadaran publik yang berasal dari memori kolektif masyarakat. Apa yang pernah dilakukan partai politik maupun kandidat tidak hilang begitu saja, melainkan terekam dalam ingatan publik. Publik sering kali memberi penilaian terhadap suatu partai politik maupun kandidat atas apa yang pernah dan sedang dilakukan partai politik maupun kandidat, dalam hal ini masyarakat merupakan subjek yang aktif dalam melihat dan memaknai suatu partai politik maupun kandidat, hasil dari evaluasi dan penilaian tersebut memunculkan kesan dan citra politik.⁹¹

Dalam percaturan politik kontemporer, pencitraan menjadi suatu yang sangat urgen bagi setiap perilaku politik seorang kandidat maupun partai politik. Namun yang menjadi suatu permasalahan saat ini, pencitraan tidak lagi hanya sekedar upaya membangun citra positif terhadap sebuah institusi politik, maupun seseorang kandidat melalui peningkatan kualitas ketokohan maupun pelayanan, namun juga tak jarang melakukan “manipulasi” agar sesuatu yang dicitrakan tersebut “tampak” indah. Pencitraan seolah hanya menjadi sebuah alat untuk bisa memengaruhi, memotivasi serta mengarahkan dukungan dan pilihan pemilih yang tujuannya untuk menduduki suatu jabatan atau kekuasaan tertentu.

Pada prakteknya pencitraan politik dewasa ini tidak lagi bicara benar atau salah, layak atau tidak layak, yang terjadi adalah diskualifikasi kebenaran karena pencitraan telah mengaburkan kebenaran itu sendiri. Jika diamati sering kali pencitraan bukan mencerminkan realitas yang sebenarnya, sarat dengan

⁹¹ *Ibid*, h. 232-233.

manipulasi untuk membangun citra positif. Dengan meleburnya perbedaan antara simbol dengan kenyataan, semakin sulit untuk mengatakan mana yang nyata dan mana hal-hal yang hanya kamuplase (topeng) belaka.

Secara moral Frank Jefkins mengingatkan bahwa pemolesan citra yang dilakukan sedemikian rupa dengan cara-cara yang mungkin bertentangan dengan nilai-nilai agama dan moral, mungkin bisa mendatangkan keuntungan dalam jangka pendek, namun itu tidak sebanding dengan kerugian jangka panjang yang dapat ditimbulkannya. Sebagai contoh, pada masa kampanye para calon berlomba-lomba untuk memoles citra dirinya sebaik mungkin yang dilakukan dengan melakukan manipulasi berbagai hal termasuk program dan janji-janji manis, mungkin saja dalam jangka pendek ia akan mendapat dukungan suara dan memenangkan pemilihan. Namun jika ternyata publik telah menyadari kebohongan tersebut hal itulah yang akan menyebabkan kerugian besar tidak saja pada diri pribadinya melainkan juga pada elemen-elemen yang mendukungnya. Oleh karena itu menjadi prinsip utama dalam pencitraan adalah nilai-nilai kebenaran dan kejujuran.⁹²

Nilai-nilai kejujuran dan kebenaran merupakan prinsip moral yang seharusnya menjadi kontrol perilaku pencitraan. Sesungguhnya pencitraan yang didesain secara alami dengan mewujudkan janji-janji politik (bagi calon yang pernah menjabat), mengalihkan sebagian besar dana kampanye untuk mewujudkan program kerja yang nyata dan mensejahterakan rakyat. Hal itu tentunya akan membekas di hati rakyat, dan pemimpin seperti ini tidak perlu melakukan sandiwara pencitraan lagi ke depannya, karena hati rakyat sudah dipegang dengan menunjukkan kinerja yang nyata dan langsung dapat dirasakan rakyat, terlebih lagi mampu mengangkat taraf hidup yang lebih baik. Model pencitraan seperti ini akan dapat bertahan lama sekalipun lawan politiknya melakukan *black campaign*. Selain itu kandidat yang baik adalah kandidat yang mampu memberikan kenyamanan secara psikologis kepada pemilih dengan program kerja yang jelas dan diyakini masyarakat bahwa hidup mereka akan lebih baik jika kandidat tersebut yang dipilih.

Pencitraan yang dilakukan pada masa pemilu merupakan *political marketing* yang dilakukan oleh kandidat maupun tim sukses. Agar manipulasi, kerancuan makna dan kebingungan masyarakat yang selama ini terjadi bisa

⁹² Jefkins, *Public Realition Technique*, h. 20.

diminimalisir, maka terkait dengan hal tersebut ada beberapa etika pencitraan dalam kampanye yang dapat diterapkan oleh para kandidat, yaitu: Pertama, tidak melakukan pencitraan secara berlebihan (manipulasi simbol dan makna) sehingga menimbulkan kerancuan akan kebenaran,. Kedua, berupaya meminimalisir *cost* yang digunakan untuk kampanye dan dialihkan pada program kerja nyata dan dirasakan serta berdampak baik kepada rakyat. Ketiga, tidak melakukan kampanye hitam (*black campaign*) ataupun “penjulukan negatif” untuk “membunuh” citra lawan politik,. Keempat, mampu memberikan kenyamanan psikologis sehingga tidak menimbulkan kebencian dan konflik sosial di tengah-tengah masyarakat.⁹³

c. Etika Pencitraan Politik Perspektif Komunikasi Islami

Kata etika secara etimologi (arti secara bahasa) merupakan kata yang berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethos* yang berarti watak kesusilaan atau adat.⁹⁴ Sementara, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kata etika berarti ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak), kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak, nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat.⁹⁵ Selanjutnya, dalam Encyclopedia Britanica, etika didefinisikan sebagai berikut: “*Ethics is the branch of philosophy that is concerned with what is morally good or bad, right and wrong, a synonym for it is moral philosophy.*” Artinya, etika adalah cabang filsafat mengenai kesusilaan baik dan buruk, benar dan salah, etika merupakan sinonim dari filsafat moral.⁹⁶

Secara terminologi (istilah) etika didefinisikan secara beragam oleh para ahli berdasarkan sudut pandangnya masing-masing. Menurut Aristoteles, etika merupakan keutamaan (*virtue*). Ia mengartikan keutamaan sebagai sikap moral yang tetap dan kemudian mengarahkan tingkah lakunya. Keutamaan menempatkan manusia pada posisi tengah antara dua sisi ekstrim. Seperti keutamaan orang yang memiliki kemurahan hati. Ia tidak berada pada posisi boros dan tidak pula pada posisi pelit. Keutamaan merupakan watak yang diperoleh

⁹³ <http://m.radarbangka.go.id/> Rahmi Surya Dewi, *Etika Pencitraan Dalam Kampanye Pilkada*. Diakses pada Tanggal 30 Agustus 2016. Pukul 12.00 WIB.

⁹⁴ Achmad Charris Zubair. *Kuliah Etika* (Jakarta: Rajawali Pers, 1980), h. 13.

⁹⁵ Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), h. 237.

⁹⁶ The New Encyclopedia Britanica, In. 30 Volumes. Volume 6. (Macropedia, 1982), h. 976.

seseorang sehingga memungkinkannya untuk berbuat baik sesuai dengan moral. Keutamaan merupakan sebuah kecenderungan yang bersifat tetap. Selain itu, keutamaan juga merupakan stabilitas dari watak. Sehingga ketika seseorang memiliki kecenderungan yang berubah-ubah, misalnya sekarang ramah dan besok tidak, itu artinya seseorang tersebut belum memiliki sebuah keutamaan. Namun yang dimaksud baik di sini bukanlah terbatas pada sifat-sifat ragawi maupun psikis seperti kesehatan, kekuatan fisik dan daya ingat, melainkan keutamaan yang dimaksud adalah perilaku yang mengarah pada kebaikan dalam segi moral.⁹⁷ Sementara, pengertian etika menurut Ki Hajar Dewantara adalah ilmu yang mempelajari soal kebaikan dan keburukan dalam kehidupan manusia, terutama yang berkaitan dengan gerak-gerik pikiran dan rasa yang merupakan pertimbangan dan perasaan, sehingga dapat mencapai tujuannya dalam bentuk perbuatan.⁹⁸

Selanjutnya menurut Syukur Kholil, etika merupakan pencerminan dari pandangan masyarakat mengenai apa yang baik dan apa yang buruk. Etika juga menjadi ukuran untuk membedakan antara sikap dan perilaku yang dapat diterima dan ditolak untuk mewujudkan kebaikan dalam kehidupan bersama. Etika merupakan nilai yang disepakati oleh masyarakat tertentu, sehingga tidak dapat digeneralisasi suatu sikap dan perilaku di suatu masyarakat dengan masyarakat di tempat yang berbeda. Boleh jadi pada suatu masyarakat sikap maupun perbuatan dianggap baik, namun di tempat yang lain malah dianggap tidak baik.⁹⁹

Istilah etika dalam Islam disinonimkan dengan akhlak dalam bentuk jamak *khuluq* yang berarti adab atau batas antara baik dan buruk, terpuji dan tercela.¹⁰⁰ Akhlak secara istilah adalah sistem nilai yang mengatur pola sikap dan tindakan manusia di atas muka bumi berdasarkan petunjuk Al Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad Saw sebagai sumber nilainya serta ijtihad para ulama sebagai metode berfikirnya.¹⁰¹ Akhlak juga dipahami masyarakat umum sebagai bentuk perilaku sopan santun. Jika ada sekelompok masyarakat yang dapat hidup rukun, giat bekerja dengan cara- cara yang baik, masyarakat yang demikian ini lalu disebut

⁹⁷<http://ejournal.uin-suka.ac.id/ushuluddin/ref/article/view/1855>, diakses pada 12 Februari 2019.

⁹⁸ Abuddin Nata, *Akhlaq TaSawuf* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996), h. 88.

⁹⁹ Syukur Kholil, *Komunikasi Islami* (Bandung: Ciptapustaka Media, 2007), h. 25.

¹⁰⁰ Barmawei Umary, *Materia Akhlak*, Cet. 11 (Solo: Ramadhani, 1993), h. 1.

¹⁰¹ Muslim Nurdin, dkk. *Moral dan Kognisi Islam*, (Bandung: CV Alfabet, 2006). h. 205.

dengan masyarakat yang santun atau yang mempunyai sopan santun (*civil society*). Secara sederhana bisa dipahami, bahwa akhlak yang baik setidaknya harus mengandung dua hal; pertama harus baik niat dan tujuannya, dan kedua harus baik dan benar prosesnya, sehingga outputnya adalah sesuatu yang baik dan benar pula agar bermanfaat bagi sesama khususnya dalam membangun hubungan komunikasi.

Komunikasi dalam Islam dianggap sebagai fitrah manusia. Allah Swt telah melebihkan manusia dari makhluk lainnya dalam segi komunikasi, dalam Aquran hal itu dijelaskan dengan kata “*Albayan*” (pandai berbicara) yang terdapat pada surah Ar-Rahman ayat 1-4. Asy-Syaukani dalam tafsir *Fath Al-Qodir* mengartikan *Al-bayan* sebagai kemampuan berkomunikasi, dengan kemampuan tersebut manusia menjadi makhluk yang dinamis dan terus berkembang berdasarkan kemampuan dan kebutuhannya dalam berkomunikasi.¹⁰²

Dalam politik, komunikasi mengambil peran yang begitu penting, karena pada dasarnya politik adalah aktivitas berbicara (*political is talking*), untuk mewujudkan kepentingan dan kebaikan bersama, maka berkomunikasi adalah alat utama dalam politik. Baik dan buruknya pandangan masyarakat tentang politik sangat ditentukan oleh berkualitas atau tidaknya komunikasi politik yang dibangun di tengah-tengah masyarakat luas. Pepatah Melayu mengingatkan, “*Sekali lancung ke ujian seumur hidup orang tak percaya*”. Maksudnya, jika seseorang telah ketahuan berbuat curang, salah dan dusta maka orang tidak akan mempercayainya lagi.¹⁰³

Mengutip pendapat Mawlana dari Anang menyebutkan bahwa komunikasi dalam pandangan Islam adalah sarana pembentukan suatu komunitas dan komunitas itu terbentuk karena dasarnya adalah kesamaan tauhid. Bukan karena sekelompok kecil orang yang memiliki keinginan yang sama, melainkan komunitas tersebut terbentuk lebih luas lagi. Konsep komunikasi yang dijelaskan Mowlana berangkat dari pengembangan terhadap terminologi *tabligh* dan pemikiran etik yang merupakan sarana untuk membentuk komunitas yang islami. Konsep *tabligh* yang dikemukakan bersandar pada beberapa hal, yaitu: *Pertama*, konsep tauhid. Tauhid dalam Islam menunjukkan bahwa komunikasi dilakukan

¹⁰² Saefullah, *Kapita Selekta Komunikasi: Pendekatan Budaya dan Agama*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), h. 67.

¹⁰³ Tata Taufik, *Etika Komunikasi Islam* (Bandung: Pustaka Setia, 2012), h. 172.

dengan tujuan untuk menghancurkan berhala, kemusyrikan dan membangun umat menuju masa depan yang lebih baik. *Kedua*, doktrin tanggung jawab sosial yang terwujud dalam *amar ma'ruf nahi munkar*. Islam secara jelas dan tegas mengungkapkan bahwa keselamatan hidup itu bukan bersifat pribadi namun ada tanggung jawab untuk mengajak keselamatan secara umum. Hal ini mengisyaratkan bahwa setiap orang bertanggung jawab untuk membimbing saudaranya dan umat manusia umumnya, menganjurkan untuk berbuat kebaikan dan mencegah kemungkaran. *Ketiga*, konsep komunitas dan ummat. Menurut Islam, komunitas dibangun atas dasar tauhid dan *ummah*. Prinsip *ummah* mengajarkan suatu komunitas yang utuh di bawah pengaturan kehendak Allah Swt., bukan kehendak individu atau kemauan manusia. *Keempat*, prinsip takwa merupakan suatu konsep ideal muslim. Takwa juga sering diterjemahkan sebagai suatu sikap religius yang menunjukkan kepatuhan terhadap aturan yang telah digariskan di dalam Alquran dan hadis nabi Saw.¹⁰⁴

Komunikasi yang islami merupakan proses komunikasi yang dilandasi oleh nilai-nilai yang terdapat di dalam Alquran maupun sunnah nabi Saw., sebagai karakter yang mesti dijunjung tinggi oleh setiap muslim dalam berinteraksi dalam lingkungan pribadi dan sosialnya. Hal ini sesuai dengan ungkapan Syukur Kholil bahwa komunikasi sebagai suatu proses penyampaian pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan prinsip dan kaedah komunikasi yang terdapat dalam Alquran dan hadis nabi Muhammad Saw. Dalam hal ini, komunikasi Islam senantiasa berusaha mengubah perlakuan buruk individu atau khalayak sasaran kepada perlakuan yang baik. Sehingga, komunikasi islami seperti yang dijelaskan Kholil, tidak sama dengan komunikasi umum yang menyampaikan informasi yang baik maupun buruk, serta berusaha mempengaruhi khalayak sesuai dengan keinginan komunikator semata. Komunikasi seperti itu dapat bertendensi positif maupun negatif. Selanjutnya nilai-nilai etika yang dimaksudkan Kholil, setidaknya ada empat sikap yang harus mendasari dalam sebuah proses komunikasi, yaitu: (1) Bersikap jujur, (2) menjaga akurasi pesan-pesan komunikasi, (3) bersifat bebas dan bertanggung jawab, dan (4) memberikan kritik membangun. Selain nilai yang positif, kholil juga menambahkan bahwa proses komunikasi yang dilakukan juga harus menjauhi hal-hal yang negatif seperti mengutuk orang lain, memandang remeh

¹⁰⁴ Azhar, *Pencitraan Politik Elektoral*, h. 136.

orang lain, membocorkan rahasia orang, mengupat, memuji secara berlebihan, memberi salam kepada orang kafir, bertengkar, mengucapkan kata-kata kotor, berbisik-bisik antara dua orang di tengah perkumpulan, dan berkata kafir kepada orang muslim.¹⁰⁵

Berdasarkan pendapat Harjani Hefni (2015) bahwa komunikasi Islam itu tunduk dan mengikuti kepada sumber ajaran Islam, yaitu Alquran dan Sunnah nabi Muhammad Saw,. Dari dua sumber inilah komunikasi Islami dapat dijelaskan. Menurutnya, ada dua belas prinsip komunikasi islami yang terdapat dalam Alquran dan Sunnah nabi Muhammad Saw, dan ini merupakan dasar dan modal agar komunikasi yang dilakukan itu berkarakter islami. Hal ini juga yang menjadi ukuran atau etika berkomunikasi, yaitu: (1) prinsip keikhlasan, (2) prinsip pahala dan dosa, (3) prinsip kejujuran, (4) prinsip kebersihan, (5) prinsip berkata positif, (6) prinsip paket, (7) prinsip dua telinga satu mulut, (8) prinsip pengawasan, (9) prinsip selektif dan validitas, (10) prinsip saling memengaruhi, (11) prinsip keseimbangan berita, (12) prinsip *privacy*.

Sementara itu, menurut Anang komunikasi islami itu dibangun berdasarkan enam prinsip yang sebagaimana terdapat dalam Alquran, yaitu: 1. *Qaulan sadida*; 2. *Qaulan baligha*; 3. *Qaulan ma'rufa*; 4. *Qaulan karima*; 5. *Qaulan layinan*; 6. *Qaulan maysura*.⁴¹ Dua dari 6 prinsip komunikasi yang dilakukan, menjadi hal utama yang harus diperhatikan dalam proses pencitraan politik, yaitu: *qawlan Sadida* (berkata dengan benar dan jujur) dan Kedua, *qaulan ma'rufan* (perkataan yang baik). Kedua prinsip ini mengisyaratkan bahwa pencitraan politik harus disampaikan sesuai dengan apa yang dilakukan. Islam memandang bahwa komunikasi harus dilakukan dengan benar, faktual, dan tidak mengandung unsur rekayasa atau memanipulasi fakta. Kebenaran dan kejujuran, merupakan landasan filosofis komunikasi Islam seperti dijelaskan dalam surah al-Ahzab ayat 70-71. Selanjutnya, pencitraan politik harus dilakukan dengan ungkapan yang pantas, yaitu berupa pesan-pesan kebaikan, bermanfaat, memberikan pengetahuan, mencerahkan pemikiran, dan memberikan solusi bagi kesulitan yang dihadapi orang lain. Hal ini sangat rasional, karena seorang terhormat, misalnya para pejabat, politisi, pemimpin partai politik sebagai seorang figur yang dihormati,

¹⁰⁵ Syukur Kholil, *Komunikasi Islami*. h. 26-30.

tentu harus menggunakan kata-kata yang sopan, lemah lembut dan bahasa- bahasa yang menunjukkan kehormatannya.¹⁰⁶

Mewujudkan sebuah pencitraan politik yang beretika tentunya bukan hal yang mudah, karena setiap kandidat maupun tokoh-tokoh yang terlibat langsung dalam pemilu berupaya untuk memenangkan kompetisi dalam pemilihan umum. Sangat mungkin untuk meraih itu, aktor-aktor melakukan hal-hal yang bertentangan dengan nilai-nilai etika dan moral yang berlaku di tengah-tengah masyarakat. Untuk itu Islam mengingatkan dengan tegas bahwa menjadi pemimpin adalah amanah dari Allah Swt dan masyarakat, sehingga untuk meraihnya harus dengan cara-cara yang baik dan bermartabat dan tidak dengan menghalalkan berbagai cara terlebih lagi bertentangan dengan petunjuk Alquran dan hadis nabi Saw. Untuk mewujudkan etika Pencitraan politik yang sesuai dengan prinsip komunikasi Islam, maka penulis mengambil empat prinsip yang dianggap penting dan berkaitan langsung dengan praktek pencitraan politik, yaitu: (1) Prinsip Kejujuran dan Kebenaran, (2) Prinsip Konsisten antara ucapan dengan perbuatan, (3) Prinsip menjauhi fitnah (*black campaign*), (4) Prinsip menghindari politik uang (*money politic*).

1. Nilai Kejujuran dan Kebenaran

Pencitraan politik yang dilakukan harus didasarkan pada nilai kejujuran dan kebenaran. Hal ini diisyaratkan dalam teks ayat Alquran berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ سُبْحَانَ اللَّهِ وَلَوْ عَلَىٰ أَنفُسِكُمْ أَوِ الْوَالِدِينَ
وَالْأَقْرَبِينَ إِن يَكُنْ غَنِيًّا أَوْ فَقِيرًا فَاللَّهُ أَوْلَىٰ بِهِمَا فَلَا تَتَّبِعُوا الْهَوَىَٰ أَن تَعْدِلُوا وَإِن تَلُونِ
أَوْ تَعْرِضُوا فَإِنَّ اللَّهَ كَانِ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا

Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu orang yang benar-benar penegak keadilan, menjadi saksi karena Allah biarpun terhadap dirimu sendiri atau ibu bapa dan kaum kerabatmu. Jika ia kaya ataupun miskin, maka Allah lebih tahu kemaslahatannya. Maka janganlah kamu mengikuti hawa nafsu karena ingin menyimpang dari kebenaran. Dan jika kamu memutar balikkan (kata-kata) atau enggan menjadi saksi, maka sesungguhnya Allah adalah Maha Mengetahui segala apa yang kamu kerjakan.¹⁰⁷

Selanjutnya pada ayat yang lain juga disebutkan:

¹⁰⁶ Azhar, *Pencitraan Politik Elektoral*, h. 138-139.

¹⁰⁷ Q.S. 4: 135

إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكَذِبَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ

Sesungguhnya yang mengadakan kebohongan ialah orang yang tidak beriman kepada ayat-ayat Allah dan mereka adalah orang yang pendusta.¹⁰⁸

Ayat Alquran tersebut kembali dikuatkan dengan ungkapan hadis nabi sebagai berikut :

حَدَّثَنَا عُثْمَانُ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ حَدَّثَنَا جَرِيرٌ عَنْ مَنْصُورٍ عَنْ أَبِي وَائِلٍ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ إِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ وَإِنَّ الرَّجُلَ لَيَصْدُقُ حَتَّى يَكُونَ صِدِّيقًا وَإِنَّ الْكُذْبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ وَإِنَّ الرَّجُلَ لَيَكْذِبُ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَّابًا

Sesungguhnya benar (jujur) itu menuntun kepada kebaikan, dan kebaikan itu menuntun kepada surga, dan seorang itu berlaku benar sehingga tercatat disisi Allah sebagai seorang yang siddiq (yang sangat jujur dan benar). Dan dusta menuntun kepada curang, dan curang itu menuntun kepada neraka. Dan seorang pendusta sehingga tercatat di sisi Allah sebagai pendusta (Riwayat Bukhari).

Hadis tersebut dalam konteks pencitraan politik memberi penjelasan bahwa berkomunikasi dengan benar atau jujur, karena hal itu akan membawa kebaikan dan keberuntungan bagi yang melakukan dan juga membawa kemaslahatan bagi orang lain. Maka, Islam telah mengajarkan kita untuk selalu mawas dari perkataan yang dusta, karena akan membawa kepada kerugian yang nyata. Prinsip kebenaran dan kejujuran jika diterapkan dalam praktek membangun pencitraan politik tentunya akan membawa kebaikan di tengah masyarakat. Namun dalam praktek pencitraan politik para politisi maupun kandidat sering kali memanipulasi keadaan untuk meraih simpati dan dukungan dari masyarakat dalam momentum pemilihan umum.

Perkataan dalam bahasa Alquran dinamakan *kalam*, dari akar kata *kaaf-laam,miim* yang juga berarti “luka”. Agar menjadi peringatan bagi kita bahwa kalam (ucapan) juga dapat melukai, baik melukai diri sendiri maupun orang lain. Tidak salah jika ada pribahasa yang mengatakan “Mulutmu Harimaumu” atau “Lidahmu lebih tajam dari Pedang”, setidaknya kedua pribahasa di atas

¹⁰⁸ Q.S. 16: 105.

mengambarkan kepada kita bahwa ucapan atau perkataan adalah sesuatu yang harus senantiasa diperhatikan dan dipikirkan sebelum disampaikan kepada orang lain. Karena itu, Rasulullah Muhammad Saw senantiasa mengingatkan kita untuk menantiasa menggunakan ucapan-ucapan yang benar dan tidak menimbulkan mudharat bagi diri sendiri dan orang lain.¹⁰⁹

Lawan kata dari jujur (benar) adalah dusta atau bohong. Berdusta adalah menyatakan sesuatu yang tidak sesuai dengan kenyataan sebenarnya. Dusta dalam Islam sangat dilarang, karena perbuatan tersebut selain merugikan orang lain juga akan merugikan diri sendiri. Dalam Al-Qur'an telah disebutkan bahwa pada hari kiamat orang-orang yang berbuat dusta terhadap Allah, muka mereka menjadi hitam dan mereka sebagai penghuni neraka (QS. Az-Zumar: 60). Sebaliknya Islam sangat menghargai orang-orang yang bersifat jujur dan benar ucapannya walaupun dalam bercanda mereka orang-orang yang senantiasa menjaga kejujurannya dan Allah dan Rasul-Nya menjamin kepada mereka surga.

“*Jauhi dusta*” karena dusta membawa kamu kepada dosa dan dosa membawa kamu pada neraka, sebaliknya perkataan jujur akan membawa kamu kepada kebajikan, dan akan membawa kamu ke surga. Kejujuran pada hakekatnya menumbuhkan kekuatan, dan kebohongan melahirkan kelemahan. Orang-orang yang selalu jujur baik dalam perkataan maupun perbuatan akan selalu merasakan kehidupan yang nyaman dan damai dalam dirinya dan dipastikan apa yang diucapkan maupun diperbuatnya tidak akan membawa mudharat bagi orang lain dan lingkungannya. Dan benar merupakan salah satu sifat nabi Muhammad Saw yang semestinya diteladani dalam kehidupan, termasuk juga sebagai seorang politisi.¹¹⁰

Menurut Alfred Korzybski, peletak dasar teori *General Semantics*, menyatakan bahwa penyakit jiwa individual maupun sosial timbul karena menggunakan bahasa yang tidak benar. Semakin gila seseorang, makin cenderung ia menggunakan kata-kata yang salah atau kata-kata yang menutupi kebenaran. Dalam komunikasi dikenal dua cara untuk menutupi atau meyembunyikan kebenaran, yaitu pertama dengan menggunakan kata-kata yang abstrak, ambigu, atau menimbulkan penafsiran yang sangat berlainan. Sebagai contoh apabila seseorang tidak setuju dengan pandangan anda, maka anda lantas mengatakan

¹⁰⁹ Munir, *Metode Dakwah*, (Jakarta : Kencana, 2006) , h.111.

¹¹⁰ Saefullah, *Kapita Selekta Komunikasi*, h. 70.

bahwa orang tersebut tidak pancasilais. Cara yang kedua menciptakan istilah yang diberi makna orang lain, dengan memutarbalikkan makna sama sekali, istilah ini dikenal dengan eufimisme. Sebagai contoh harga-harga tidak dinaikkan melainkan disesuaikan, kasus kekurangan gizi disebut dengan istilah rawan pangan, judi yang dibuat pemerintah disebut dengan istilah sumbangan dana sosial berhadiah (SDSB) dan lain sebagainya.¹¹¹

Kebenaran yang dimaksud juga harus didasarkan fakta atau keadaan yang sebenarnya. Terkadang orang yang benar (jujur) tanpa sadar dan sengaja menyampaikan informasi yang salah atau fitnah, karena ia menyampaikannya tanpa memahami fakta yang sesungguhnya. Oleh karena itu Islam mengajarkan bahwa, informasi atau berita yang diterima hendaklah disaring dan diuji kebenarannya sebelum disampaikan kepada orang lain. Tugas menerima dan terus menyebarkan berita kepada orang lain tanpa memeriksa dahulu kebenaran informasi adalah jelas menyalahi ajaran Islam. Sebagaimana telah dinyatakan Allah di dalam Al-Qur'an "Wahai orang-orang yang beriman, jika datang kepada kamu seorang fasik membawa sesuatu berita, maka selidikilah (untuk menentukan) kebenarannya, supaya kamu tidak menimpakan sesuatu kaum dengan perkara yang tidak diingini dengan sebab kejahilan kamu (mengenainya) sehingga menjadikan kamu menyesali apa yang kamu telah lakukan" (Qs. Al-Hujurat, ayat 6).

2. Konsistensi ucapan dengan perbuatan

Dalam praktek pencitraan politik, seorang politisi maupun kandidat sering kali menyampaikan janji-janji yang muluk-muluk dengan sangat meyakinkan bahwa dirinya mampu mewujudkan kebaikan dan kesejahteraan bagi masyarakat jika dirinya dipilih dan memenangkan pemilihan umum. Berbagai program ditawarkan dengan diringi data-data yang mendukung serta metode mengemasnya juga diatur sedemikian rupa sehingga janji-janji dan program yang ditawarkan tersebut mampu mempersuasi dan menarik perhatian dan simpati pemilih. Hal tersebut sangat wajar dilakukan bagi kandidat yang ingin dipilih pada pemilihan umum. Namun yang menjadi persoalan kemudian adalah "janji tinggal janji", sering kali para politisi lupa apa yang diucapkannya ketika kampanye dengan apa

¹¹¹ Syukur Kholil dan M. Abdi Lubis, *Kapita Selekta*, h. 21.

yang dilakukannya ketika telah terpilih menjadi pemimpin masyarakat. Sehingga ia melakukan pembangunan tidak berdasarkan janji-janji ketika kampanye.

Hal tersebut tentunya akan menimbulkan kekecewaan di tengah masyarakat, sehingga kepercayaan masyarakat terhadap pemimpinnya mulai pudar dan bahkan bisa hilang kepercayaan tersebut. Hal inilah yang kemudian diingitkan Allah dalam Alquran sebagaimana berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ (٢) كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا
مَا لَا تَفْعَلُونَ (٣)

Hai orang-orang yang beriman, mengapa kamu mengatakan apa yang tidak kamu perbuat?. Amat besar kebencian di sisi Allah bahwa kamu mengatakan apa-apa yang tiada kamu kerjakan.¹¹²

Sebagai seorang politisi yang menjunjung tinggi nilai-nilai moral, harus senantiasa memperhatikan lisannya dan melakukan apa yang diucapkannya ketika sudah terpilih menjadi pemimpin masyarakat. Sifat inilah yang disebut amanah sebagai seorang pemimpin, yaitu melakukan apa yang terbaik bagi masyarakat sebagaimana program-program yang disampaikan pada masa kampanye.

3. Menjauhi Fitnah (*blakcampaign*)

Kegiatan pencitraan politik yang dilakukan oleh kandidat maupun partai politik acap kali diwarnai dengan praktek-praktek kampanye hitam. Istilah kampanye hitam adalah terjemahan dari bahasa Inggris *black campaign* yang bermakna berkampanye dengan cara buruk atau jahat. Secara umum bentuk kampanye hitam adalah menyebarkan keburukan atau kejelekan seorang politikus dengan tujuan menjatuhkan nama baik seorang politikus sehingga dia menjadi tidak disenangi teman-teman separtainya, khalayak pendukungnya dan masyarakat umum. Apabila teman-teman separtai tidak menyenangnya, maka bisa berakibat yang bersangkutan dikeluarkan dari partainya dan ini berarti karir politiknya di partai tersebut hancur.¹¹³

Kampanye hitam tentunya suatu tindakan yang sangat tidak layak dilakukan seorang politisi, partai politik maupun konsultan politik yang tujuannya ingin menjatuhkan lawan politik dengan cara-cara yang tidak baik. Cara yang

¹¹² Q.S. 61: 2-3.

¹¹³ Anwariansyah, *Kampanye Hitam Dan Pendidikan Politik Bangsa*. Diakses 02 September 2016 .<http://www.wikimu.com/news/DisplayNews.aspx?id=10152>.

biasa dilakukan dalam kampanye hitam, yaitu: Menyebarkan fitnah tentang kejelekan atau keburukan seseorang politikus, dengan membuat sebuah cerita atau berita melalui media massa, spanduk, blutim dan sebagainya. Yang isinya berupa berita bohong atau fitnah semata dan untuk meyakinkan masyarakat, fitnah tersebut di perkuat dengan bukti-bukti foto dan fakta lainnya yang telah direkayasa sebelumnya, bahkan terkadang diperkuat lagi dengan kesaksian palsu orang-orang yang telah dipersiapkan untuk itu. Tujuannya jelas untuk membangun opini masyarakat bahwa seseorang tersebut tidak layak untuk dipilih menjadi pemimpin.

Melakukan praktek-praktek fitnah dalam membangun pencitraan politik adalah sebuah perilaku komunikasi politik yang tidak bermoral terlebih lagi dilakukan pada masa kampanye pemilihan umum. Kekuasaan seharusnya diraih dengan cara-cara yang baik dan bermartabat, bukan dengan menghalalkan segala cara termasuk melakukan fitnah. Praktek fitnah sesungguhnya lebih kejam dari sebuah pembunuhan, hal ini telah dinyatakan dalam ayat Al-Qur'an berikut.

يَسْأَلُونَكَ عَنِ الشَّهْرِ الْحَرَامِ قِتَالٍ فِيهِ قُلْ قِتَالٌ فِيهِ كَبِيرٌ وَصَدُّ عَنِ سَبِيلِ اللَّهِ
وَكَفْرٌ بِهِ وَالْمَسْجِدِ الْحَرَامِ وَإِخْرَاجُ أَهْلِهِ مِنْهُ أَكْبَرُ عِنْدَ اللَّهِ وَالْفِتْنَةُ أَكْبَرُ مِنَ
الْقَتْلِ وَلَا يَزَالُونَ يُقْتَلُونَكُمْ حَتَّى يَرُدُّوكُمْ عَن دِينِكُمْ إِنِ اسْتَطَعُوا وَمَن يَرْتَدِدْ
مِنْكُمْ عَن دِينِهِ فَيَمُتْ وَهُوَ كَافِرٌ فَأُولَئِكَ حَبِطَتْ أَعْمَالُهُمْ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ
وَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ .

Mereka bertanya kepadamu tentang berperang pada bulan Haram. Katakanlah: "Berperang dalam bulan itu adalah dosa besar; tetapi menghalangi (manusia) dari jalan Allah, kafir kepada Allah, (menghalangi masuk) Masjidilharam dan mengusir penduduknya dari sekitarnya, lebih besar (dosanya) di sisi Allah. Dan berbuat fitnah lebih besar (dosanya) daripada membunuh. Mereka tidak henti-hentinya memerangi kamu sampai mereka (dapat) mengembalikan kamu dari agamamu (kepada kekafiran), seandainya mereka sanggup. Barangsiapa yang murtad di antara kamu dari agamanya, lalu dia mati dalam kekafiran, maka mereka itulah yang sia-sia amalannya di dunia dan di akhirat, dan mereka itulah penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya."¹¹⁴

Kendatipun cerita atau berita itu benar, bahwa seorang kandidat pemimpin memiliki masa lalu yang tidak baik, sesungguhnya hal itu juga tidak etis jika dijadikan senjata untuk menjatuhkan lawan politik di hadapan masyarakat luas.

¹¹⁴ Q.S. 2: 217.

Boleh jadi kandidat tersebut adalah termasuk orang yang baik dan sudah bertaubat dari kejelekan masa lalunya. Menceritakan atau memberitakan suatu kejelekan seseorang kepada orang lain adalah hal yang dilarang dalam Islam, hal ini dinyatakan secara jelas dalam ayat Al-Qur'an berikut

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِّن نِّسَاءٍ عَسَىٰ أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَرُوا بِاللُّغَطِ بِئْسَ الْأَسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَن لَّمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ

Hai orang-orang yang beriman, janganlah sekumpulan orang laki-laki merendahkan kumpulan yang lain, boleh jadi yang ditertawakan itu lebih baik dari mereka. Dan jangan pula sekumpulan perempuan merendahkan kumpulan lainnya, boleh jadi yang direndahkan itu lebih baik. Dan janganlah suka mencela dirimu sendiri dan jangan memanggil dengan gelaran yang mengandung ejekan. Seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) yang buruk sesudah iman dan barangsiapa yang tidak bertobat, maka mereka itulah orang-orang yang zalim.¹¹⁵

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan buruk sangka (kecurigaan), karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. Dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima Taubat lagi Maha Penyayang.¹¹⁶

Kampanye hitam bukanlah sebuah pilihan dalam berpolitik. Selain mengandung unsur jahat dan melanggar norma, baik masyarakat atau pun agama, kampanye hitam juga memberikan pendidikan politik yang jelek bagi masyarakat. Upaya Menghalalkan segala cara dalam memenangkan suatu pesta demokrasi dengan melakukan kampanye hitam menunjukkan masih rendahnya moral dan keimanan seorang politikus yang melakukan hal tersebut.

4. Menghindari Politik Uang (*Money politik*)

¹¹⁵ Q.S. 49: 11.

¹¹⁶ Q.S. 49: 12.

Demokrasi dewasa ini sering diklaim sebagai sistem yang terbaik saat ini, namun ternyata masih banyak sekali kelemahan dalam prakteknya. Di antaranya dalam pelaksanaan Pemilihan Umum (Pemilu) banyak terjadi praktik dan permainan yang mencederai nilai-nilai demokrasi itu sendiri. Partai yang menang dan tokoh yang terpilih sebagai pejabat publik seringkali tidak sesuai dengan yang diharapkan. Kenyataan yang terjadi, khususnya dalam even-even demokrasi berupa pemilihan umum, baik pemilu legislatif (Pilleg), pemilihan kepala daerah (Pilkada) maupun pemilihan presiden (Pilpres), banyak permainan politik yang tercela, mulai dari mengumbar janji yang belum tentu dapat dipenuhi jika terpilih, merendahkan citra dan menjatuhkan lawan politik (kampanye negatif/kampanye hitam), pencitraan palsu dan yang paling menonjol adalah praktek politik uang (*money politics*).

Politik uang, menurut Alfian Alfian adalah aktivitas politik di mana oknum-oknum politisi memobilisasi pemilih ke tempat-tempat pemungutan suara, supaya memilih kandidat yang ditentukan. Pemberian uang itu dilakukan dari pintu ke pintu guna mengarahkan pilihan pemilih.¹¹⁷ Selanjutnya, menurut Mukhtar Sarman, politik uang adalah pembelian suara (*vote buying*) oleh kandidat baik secara langsung kepada konstituen maupun secara tidak langsung.¹¹⁸

Politik uang dilakukan sebagai biaya yang dikeluarkan dengan maksud melindungi bisnis atau kepentingan politik tertentu atau untuk membeli dukungan parpol atau membeli suara pemilih dengan imbalan yang bersifat finansial (materi).¹¹⁹ Sementara, Johny Lomulus menyatakan bahwa politik uang merupakan kebijaksanaan dan atau tindakan memberikan sejumlah uang kepada pemilih atau pimpinan partai politik agar masuk sebagai calon kepala daerah yang definitif dan atau masyarakat pemilih memberikan dukungan suara kepada calon yang memberikan imbalan tersebut.¹²⁰ Lebih tegas lagi, Gary Goodpaster mendefinisikan politik uang sebagai bentuk korupsi yang terjadi dalam proses-proses Pemilu, yang meliputi pemilihan presiden, kepala daerah, dan pemilu legislatif. Gary Goodpaster, kemudian menyimpulkan bahwa politik uang

¹¹⁷ Alfian Alfian, *Demokrasi Pilihlah Aku* (Malang: In-Trans Publishing, 2009), h. 101.

¹¹⁸ Mukhtar Sarman, *Banalitas Kontestasi Politik* (Makalah, tidak diterbitkan), h. 70.

¹¹⁹ Teddy Lesmana, *Politik Uang dalam Pilkada*, (elib.pdi.lipi.go.id.katalog/index/.php/searchkatalog/.../9009.pdf. Diakses pada tanggal 20 desember 2017.

¹²⁰ Johny Lomulus, "Sikap Pemilih terhadap Pasangan Calon Menjelang Pilkada Langsung di Kota Bitung" dalam *Demokrasi Mati Suri*, Jurnal Penelitian Politik Vp. 4 No. 1 2007, LIPI, h. 35.

merupakan transaksi suap-menyuap yang dilakukan oleh aktor untuk kepentingan mendapatkan keuntungan suara dalam pemilihan.¹²¹

Praktek politik uang nampaknya sudah menjadi budaya di tengah masyarakat Indonesia sehingga dianggap sebagai suatu hal yang wajar dalam momen pemilihan umum. Tradisi dan praktik politik uang telah terjadi dengan pola yang beragam dalam Pilkadaes, Pilkada, Pemilu legislatif, dan Pemilu Presiden. Berdasarkan hasil pemantauan *Transparency International Indonesia* (TII) dan *Indonesian Corruption Watch* (ICW) menyimpulkan bahwa modus operandi politik uang dalam Pemilu berlangsung dengan pola-pola tertentu dan beragam. Praktik nya: (1) Ada yang dilakukan dengan cara yang sangat halus, sehingga para penerima uang tidak menyadari telah menerima uang sogokan, (2) Ada juga dengan cara yang sangat mencolok (terang-terangan) di depan ribuan orang. Kondisi ini menurut laporan pemantauan TII dan ICW, seolah negara ini berdiri tanpa aturan hukum yang harus ditaati oleh setiap warganya.¹²²

Dari segi caranya, menurut Wahyudi Kumorotomo, pola politik uang dalam Pilkada langsung terjadi secara langsung dan secara tidak langsung. Pola langsung meliputi; (1) Pembayaran tunai dari tim sukses calon kepada konsituen potensial, (2) Sumbangan dari bakal calon kepada partai politik yang telah mendukungnya, (3) Sumbangan wajib yang disyaratkan oleh parpol kepada kader partai atau bakal calon yang akan mencalonkan diri sebagai kepala daerah. Politik uang secara tidak langsung bisa berbentuk pembagian hadiah atau *doorprize*, sumbangan sembako kepada konstituen, pembagian semen di daerah pemilihan.¹²³

Berdasarkan aktor dan wilayah operasinya, Didik Supriyanto mengemukakan bahwa politik uang dalam Pilkada dapat dibedakan menjadi empat lingkaran, yaitu (1) Lingkaran satu, transaksi antara elit ekonomi (pemilik uang) dengan pasangan calon kepala daerah, (2) Lingkaran dua, transaksi antara pasangan calon kepala daerah dengan partai politik yang mempunyai hak untuk mencalonkan, (3) Lingkaran tiga, transaksi antara pasangan calon dan tim kampanye dengan petugas-petugas Pilkada yang mempunyai wewenang untuk menghitung perolehan suara, dan (4) Lingkaran empat, transaksi antara calon dan tim kampanye

¹²¹ Gary Goodpaster, *Refleksi tentang Korupsi di Indonesia* (Jakarta: USAID, 2001), h. 14

¹²² Ahsan Jamet Hamidi et al., *Pemilu Tidak Bebas Politik Uang* (Jakarta: Transparency International Indonesia, 2008), h. 49.

¹²³ Wahyudi Kumorotomo, *Intervensi Parpol, Politik Uang dan Korupsi: Tantangan Kebijakan Publik Setelah Pilkada Langsung*, (Makalah) disajikan dalam Konferensi Administrasi Negara, Surabaya, 15 Mei 2009.

dengan massa pemilih (pembelian suara). lingkaran empat tersebut dilakukan dalam berbagai bentuk, antara lain pemberian ongkos transportasi kampanye, janji membagi uang/barang, pembagian sembako atau semen untuk membangun tempat ibadah, membagi uang pada gerakan serangan fajar, dan lain-lain.¹²⁴

Pandangan masyarakat terhadap politik uang telah banyak diteliti dalam kasus Pilkades dan Pilkada. Hasil penelitian Amzulian Rifai dalam kasus Pilkades menemukan bahwa demokrasi di level akar rumput (Pilkades) praktik *money politics* tumbuh subur karena dianggap sebagai suatu kewajaran, masyarakat tidak peka terhadap bahayanya. Mereka membiarkannya karena tidak merasa bahwa *money politics* secara normatif adalah perilaku yang harus di jauhi.¹²⁵ Senada dengan hasil penelitian ini, ditemukan oleh Nico L. Kana yang meneliti di Kecamatan Suruh. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pemberian uang (*money politics*) sudah biasa berlangsung disetiap Pilkades. Masyarakat memandangnya sebagai simbol tali asih antara calon dengan masyarakat (pemilih).¹²⁶

Hasil survey Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) tentang persepsi masyarakat terhadap pemilu pada 2013, salah satunya mengenai politik uang, menunjukkan sebagian besar masyarakat menganggap politik uang sebagai hal yang lumrah. Hasil survei KPK menunjukkan 71,72 persen publik menganggap politik uang itu lazim.¹²⁷ Temuan yang hampir serupa dilaporkan oleh Burhanuddin Muhtadi berdasarkan hasil survei *Indikator* yang dilakukan September-Oktober 2013. Hasil survei ini dilaporkan bahwa hasil temuan survei di 39 dapil di Indonesia terkait tingkat toleransi responden survey terhadap *money politics* adalah sebanyak 41,5% dari responden 39 dapil menganggap bahwa politik uang merupakan hal yang wajar, sedangkan 57,9% menganggap hal tersebut sebagai sesuatu yang tidak dapat diterima atau menolak praktik

¹²⁴ Didik Supriyanto, *Transkrip Diskusi Publik Terbatas*, (ijrsh.files.wordpress.com/2008/06/politikuang-dalam-pilkada.pdf. Diakses, 6 desember 2016.

¹²⁵ Amzulian Rifai, *Pola Politik Uang dalam Pemilihan Kepala Daerah* (Jakarta: Graha Indonesia, 2003), h. 228.

¹²⁶ Nico L. Kana, *Strategi Pengelolaan Persaingan Politik Elit Desa di Wilayah Kecamatan Suruh: Kasus Pemilihan Kepala Desa*, Jurnal Renai, tahun I, No. 2, April-Mei 2001.

¹²⁷ Burhanuddin Muhtadi, *Rilis Hasil Survey Indikator*, <http://www.republika.co.id/berita/nasional/hukum/14/03/19/n2otrq-survei-kpk-mayoritas-masyarakat-anggap-politik-uang-hal-lumrah>. Diakses 8 Desember 2017.

politik uang. Jadi, sebanyak 41,5% dari responden survey nasional Indikator cenderung lebih toleran terhadap praktik politik uang.¹²⁸

Kata-kata kunci dari hasil studi tentang pandangan masyarakat tentang politik uang tersebut adalah dianggap suatu kewajaran, hal yang wajar, secara normatif bukan perilaku yang harus dihindari, dipandang sebagai simbol tali asih, dan hal yang lumrah. Pandangan masyarakat bahwa politik uang sebagai suatu kewajaran, hal yang wajar, dan hal yang lumrah menunjukkan bahwa politik uang menjadi norma yang diterima dan dianut oleh sebagian masyarakat sebagai sesuatu tidak harus dihindari karena tidak melanggar norma, bahkan dianggap sebagai norma positif yang terungkap dari makna pernyataan pemberian uang dalam Pilkada dan Pilkada sebagai ekspresi tali asih.

Politik uang dalam kasus Pilkada, dikemukakan oleh Sutoro Eko yang menyatakan bahwa politik uang terjadi karena kuatnya persepsi masyarakat bahwa Pilkada sebagai perayaan (pesta rakyat), kultur pragmatisme jangka pendek, lemahnya dialektika untuk mencari nilai-nilai ideal dan membangun visi bersama, dan lemahnya aturan main.¹²⁹ Sedangkan dalam kasus Pilkadaes, dikemukakan Ali Sahab (2012) dalam penelitiannya, menyimpulkan bahwa tingkat politik uang sebagian besar disebabkan oleh sikap pemilih yang masih mendasarkan pilihannya pada rasionalitas ekonomi. Memilih kandidat yang memberikan keuntungan pada individu maupun kelompok secara langsung tanpa melihat *track record* atau program yang ditawarkan. Hal ini dilatarbelakangi oleh kondisi sosial ekonomi masyarakat, pada sisi yang lain masyarakat kekecewaan terhadap sikap kandidat atau pemimpin sebelumnya yang cenderung tidak memperhatikan konsituennya ketika sudah menjadi pemimpin atau pejabat. Hal ini yang membuat masyarakat memilih berdasarkan pada rasionalitas ekonomi, yaitu pilihan pemilih didasarkan pada apa yang diperolehnya. Akhirnya masyarakat akan berusaha mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dari kandidat secara langsung (*maximizing benefit minimizing cost*).¹³⁰

¹²⁸ <http://www.indikator.co.id/news/details/1/41/ Laporan - Konpers - Rilis-Survei-Sikapdan - Perilaku- Pemilih-terhadap-Money-Politics>. Diakses 8 Desember 2017.

¹²⁹ Sutoro Eko, *Pilkada Secara langsung: Konteks, Proses, dan Implikasi* (Jakarta: Yayasan Harkat Bangsa, 2004), h. 53.

¹³⁰ Ali Sahab, *Vote Buying Dalam Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada): (Studi Kasus Pilkada Surabaya dan pilkada Kabupaten Blitar tahun 2010* (http://alisahab09.fisip.web.unair.ac.id/artikel_detail-41933). Diakses 10 Desember 2017.

Politik uang ada dalam bentuk pemberian materi (uang dan barang) sebelum masa pemilu, baik diberi maupun diminta oleh masyarakat melalui proposal, pemberian uang jauh hari sebelum pemilu, janji-janji pemberian uang dan barang jika terpilih, lobi tokoh, sumbangan gelap, hingga serangan fajar menjelang hari “h” pemilu dan sebagainya. Akibat maraknya politik uang ini maka sistem politik demokrasi pemilu menjadi rusak atau tidak berkualitas. Artinya banyak warga masyarakat yang enggan memilih (karena tidak diberi uang atau barang) dan banyak yang sembarang pilih karena telah diberikan uang atau barang, tanpa melihat integritas dan kemampuan calon wakil rakyat atau pejabat publik yang bersangkutan.

Akibat selanjutnya banyak wakil rakyat dan pejabat publik yang terpilih dikhawatirkan bukan orang yang amanah dan ahli, dan kalau sudah demikian maka akan terjadi kehancuran, khususnya berupa pengabaian nasib rakyat, korupsi, penyalahgunaan jabatan dan sebagainya. Karena banyaknya uang yang telah dikeluarkan maka setelah terpilih orang berusaha untuk mengembalikan modalnya, membayar utang-utangnya atau mengumpulkan uang sebanyak-banyaknya untuk pemilu berikutnya. Bagi yang tidak terpilih ada kemungkinan stress, kehilangan akal sehat, dibebani utang bahkan ada yang gila dan mungkin bunuh diri.

Mengingat buruknya akibat politik uang, maka hal ini harus dicegah. Agama Islam sudah memiliki rumus untuk menanggulangnya. Katimin dalam karyanya *Hadis-Hadis Politik*¹³¹ mengemukakan hadis yang berbicara tentang mengutuk orang yang menyuap dan menerima suap. Sebagaimana lazimnya dalam perhelatan politik para elit politik dan para pendukung terlibat dalam money politic. Meskipun tersamar dalam berbagai varian pemberian (sumbangan), tapi bermuara pada peraihan suara untuk kepentingan pemenangan kontestan (elit politik). Orang yang memberi dan yang diberi harus dihukumkan haram. Orang yang memberi uang agar terpilih berarti sangat menginginkan suatu jabatan, dan hal ini pun dilarang oleh Islam. Hal ini diterangkan oleh Syekh Yusuf al-Qaradhawi:

Orang yang memilih pemimpin melalui pemilu memiliki tanggung jawab dan konsekuensi. Jika mereka memilih calon yang tidak layak sebagai

¹³¹ <http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/5082>. Diakses pada tanggal, 15 Januari 2020.

pemimpin, karena menerima uang atau sogokan (*money politics*), berarti ia telah melakukan dosa besar. Hal itu menurut Qaradhawi sama dengan memberikan kesaksian palsu dalam perkara peradilan. Begitu juga jika rakyat pemilih memberikan suaranya kepada calon dengan pertimbangan bahwa calon itu kerabat atau orang yang berasal satu daerah dengannya atau karena akan mendapatkan keuntungan pribadi, berarti pemilih demikian telah menyalahi perintah Allah.¹³²

Ungkapan Syekh Yusuf al-Qaradhawi tersebut sesuai dengan sebuah pernyataan hadis Nabi Muhammad Saw.

Dari Abdullah ibnu Umar bin al 'Ash ra., bahwa Rasulullah melaknat orang yang memberi suap dan menerima suap. (HR. Abu Daud dan at-Tirmidzi)

Dari Abi Hurairah berkata: Bersabda Rasulullah Saw: Jika amanah telah diabaikan maka tunggulah saat kehancuran. Para sahabat bertanya, bagaimana amanah yang diabaikan itu ya Rasulullah? Beliau menjawab: Jika suatu urusan diserahkan kepada orang yang bukan ahlinya, maka tunggulah saat kehancurannya (HR. al-Bukhari).¹³³

Selanjutnya, Majelis Ulama Indonesia (MUI) sudah lama mengeluarkan fatwa yang mengharamkan politik uang ini, karena dianggap sebagai *risywah* (sogokan atau suap).¹³⁴ Politik uang dalam bahasa syariat disebut *risywah*. Menurut *Kitab Lisanul 'Arab dan Mu'jamul Washith risywah* adalah “*pemberian yang diberikan kepada seseorang agar mendapatkan kepentingan tertentu*”. Maka berdasarkan definisi tersebut, suatu yang dinamakan *risywah* adalah jika mengandung unsur pemberian atau *athiyah*, ada niat untuk menarik simpati orang lain atau *istimalah*, serta bertujuan untuk membatalkan yang benar (*Ibtholul haq*), merealisasikan kebathilan (*ihqoqul bathil*), mencari keberpihakan yang tidak dibenarkan (*almahsubiyah bighoiri haq*), mendapat kepentingan yang bukan menjadi haknya (*al hushul 'alal manafi'*) dan memenangkan perkaranya atau *al hukmu lahu*.

¹³² Yusuf al-Qaradhawi, *Fiqh Daulah dalam Perspektif Al-Qur'an dan Sunnah*, terj. Kathur Suhardi (Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 1997), h. 193.

¹³³ Zainuddin Hamidy, et al., *Terjemah Hadits Shahih Bukhari*, Jilid 4, (Jakarta: Wijaya, 1996), h. 65.

¹³⁴ Majelis Ulama Indonesia, *Kumpulan Fatwa MUI*, (Jakarta: Departemen Agama RI, 2013), h. 27.

C. Strategi Pencitraan Politik

Pencitraan politik merupakan upaya sadar yang senantiasa dilakukan oleh seorang kandidat maupun partai politik untuk membangun citra politik di dalam pikiran individu dan masyarakat guna meraih simpati, dukungan dan dipilih pada masa pemilihan umum. Upaya membangun citra politik bukanlah hal yang mudah, sebagaimana membalikkan telapak tangan. Untuk itu perlu upaya-upaya serius dan fokus dengan memperhatikan berbagai hal dalam komunikasi politik seperti, aspek komunikator, pesan, khalayak dan media yang digunakan untuk membangun pencitraan politik.

Para ahli komunikasi, terutama di negara-negara yang sedang berkembang, dalam tahun-tahun terakhir ini memberikan perhatian lebih besar terhadap upaya menyusun strategi komunikasi (*Communication strategy*) dalam hubungannya dengan kegiatan pembangunan nasional di negara masing-masing. Fokus perhatian ahli komunikasi tersebut di dasarkan pada asumsi bahwa keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif dan efisien banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi yang tepat.¹³⁵

Dalam hal ini, P.R. Smith (1998) dalam bukunya *Marketing Communication; An Integrated Approach* menyebut strategi dengan ungkapan "how we get there" (bagaimana cara kita dapat menggapainya). Selanjutnya ia mendefinisikan strategi dengan mengatakan : *How the objectives will be achieved. Strategy drives the tactics in the same direction. Strategy summaries tactics. Communication strategy helps to harmonize and integrate all of the tactical communication tool.*¹³⁶

Roger (1982) memberikan batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide baru. Sementara itu, seorang pakar perencana komunikasi Middleton (1980) memberikan pengertian strategi komunikasi merupakan sebuah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai kepada efek yang dirancang untuk mencapai tujuan maksimal.¹³⁷

¹³⁵ Effendy, *Ilmu, Teori*, h. 299.

¹³⁶ Smith, P.R, *Marketing Communication; An Integrated Approach* (London: Kogan Page, 1998), h. 45.

¹³⁷ Cangara, *Komunikasi Politik*, h. 292.

Hakikatnya strategi dalam komunikasi adalah keseluruhan keputusan kondisional pada saat tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan pada masa depan. Termasuk di dalamnya adalah dalam memilih metode penyampaian dan metode menyusun pesan yang sesuai. Dalam hal ini, pemilihan metode harus disesuaikan pula dengan bentuk pesan, keadaan khalayak, fasilitas dan biaya.¹³⁸

Secara lebih tegas, Effendy (2003) menyebutkan bahwa strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan jalan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana kiat-kiat yang harus dilakukan agar taktik operasionalnya suatu sistem bisa berjalan sesuai dengan rencana. Dengan demikian, strategi komunikasi dapat dipahami sebagai panduan dari perencanaan komunikasi (*communication management*) atau manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Lebih lanjut effendy menjelaskan bahwa perencanaan strategi komunikasi, baik dilihat secara makro (*planned multi-media strategy*) maupun secara mikro (*single communication medium strategy*) mempunyai fungsi ganda, yaitu: Pertama, menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil optimal. Kedua, menjembatani kesenjangan budaya "*cultur gap*" akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.¹³⁹

Para ahli komunikasi cenderung untuk sama-sama berpendapat bahwa dalam melancarkan komunikasi lebih baik menggunakan pendekatan apa yang disebut *A-A Procedure* atau *from Attention to Action Procedure*. *A-A Procedure* ini sebenarnya penyederhanaan dari suatu proses yang disingkat AIDDA, yaitu : *Attention* (perhatian), *Interst* (minat), *Desire* (hasrat), *Desicion* (keputusan), dan *Action* (kegiatan).¹⁴⁰

Wilbur Scharmm (1907-1987) menjelaskan bahwa proses pentahapan komunikasi mengandung maksud bahwa kegiatan pencitraan politik hendaknya dimulai dengan membangkitkan perhatian (*attention*). Dalam hubungan ini seorang kandidat maupun partai politik harus mampu menimbulkan daya tarik.

¹³⁸ Arifin, *Komunikasi Politik* (2003), h. 145.

¹³⁹ Effendy, *Ilmu, Teori*, h. 300.

¹⁴⁰ *Ibid*, h. 304.

Hal tersebut dimaksudkan agar pencitraan politik yang dilakukan mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan sikap, pendapat (opini), dan tingkah laku melalui mekanisme daya tarik untuk membangun kesan adanya kesamaan antara komunikator dengan komunikan, dengan menghilangkan kesan negatif. Sehingga dengan demikian komunikator akan bersedia untuk mengikuti pesan yang dikomunikasikan oleh komunikan. Dimulainya komunikasi dengan membangkitkan perhatian, merupakan langkah awal untuk mendorong minat (*interest*) seseorang maupun khalayak, yang selanjutnya akan membentuk hasrat (*desire*), dan jika hasrat sudah terbentuk maka akan lahir keputusan (*decision*) dalam diri seseorang untuk memilih maupun mendukung dengan bentuk kegiatan nyata (*action*) mereka hadir dan memberikan suara pada hari pemilihan umum sesuai dengan keinginan komunikator.¹⁴¹

Membangkitkan perhatian (*attention*) publik merupakan langkah awal yang sangat krusial dalam menyusun strategi pencitraan politik untuk itu perlu diperhatikan beberapa langkah, dalam hal ini Anwar Arifin (2014) menawarkan tiga strategi komunikasi dalam pencitraan politik yaitu: *Pertama*, merawat ketokohan dan memantapkan kelembagaan. *Kedua*, menciptakan kebersamaan dengan memahami khalayak, menyusun pesan persuasif, dan menetapkan metode, serta memilih dan memilah media. *Ketiga*, membangun konsensus dengan memiliki seni berkompromi dan kesediaan membuka diri.¹⁴²

a. Strategi Merawat ketokohan dan Memantapkan Kelembagaan

Langkah pertama yang harus diperhatikan dalam melakukan strategi pencitraan adalah merawat ketokohan politik dan memantapkan kelembagaan. Hal ini dimaksudkan bahwa citra politik akan semakin baik dan menguat ketika apa yang dicitrakan tersebut sesuai dengan realitas yang dicitrakan. Sebaliknya, ketokohan akan hancur ketika apa yang dicitrakan tersebut tidak sesuai dengan realitas yang sesungguhnya. Selain ketokohan, peran lembaga juga menjadi penting untuk menopang citra tokoh dimata khalayak.

Merawat ketokohan dimaksud sebagai upaya menampilkan tokoh atau aktor politik sebaik mungkin di mata khalayak, sebagaimana layaknya seorang artis yang disenangi dan dikagumi banyak fansnya ketika ia tampil di tengah-tengah masyarakat dalam sebuah event tertentu. Aktor politik juga harus mampu

¹⁴¹ *Ibid*, h. 305.

¹⁴² Arifin, *Politik Pencitraan*, h. 37.

menampilkan sosok dirinya di hormati, disenangi dan dirindukan publik karena aktor politik sebagai komunikator politik yang memiliki posisi strategis dalam kegiatan pencitraan politik.

Komunikator merupakan sumber dan kendali semua aktivitas komunikasi, dan jika dihubungkan dengan proses pencitraan politik maka dapat disimpulkan bahwa berhasil tidaknya pencitraan politik banyak ditentukan dan dipengaruhi oleh komunikator. Untuk itu, seorang komunikator politik setidaknya terdapat tiga syarat yang harus dimiliki, yaitu : (1) tingkat kepercayaan orang lain kepada dirinya (*kredibilitas*), (2) daya tarik (*attractive*), (3) kekuatan (*power*).¹⁴³

Pertama, memiliki kredibilitas. Kredibilitas dimaksudkan sebagai seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki komunikator dalam hal ini juru kampanye sehingga diterima oleh khalayak pemilih. Aristoteles menyebutkan bahwa kredibilitas seorang komunikator merupakan *source of credibility* disebabkan adanya *ethos* pada dirinya yang membentuk *good sense, good moral character and goodwill*. Yang kemudian diterjemahkan menjadi itikad baik, dapat dipercaya dan memiliki kecakapan serta kemampuan.¹⁴⁴ Senada dengan Aristoteles, Berlo (1962) seorang pakar komunikasi dari Michigan State University menambahkan bahwa kredibilitas seorang komunikator bisa muncul jika ia memiliki keterampilan berkomunikasi (*communication skill*), pengetahuan yang luas tentang materi yang disampaikan (*knowledge*), sikap jujur dan bersahabat (*attitude*), serta mampu beradaptasi dengan sistem sosial budaya (*sosial and cultural system*) masyarakat yang dihadapi.¹⁴⁵

Kedua, syarat kedua seorang komunikator adalah ia memiliki daya tarik, sehingga ia mampu menarik dan menyakinkan orang lain. Daya tarik seorang komunikator secara umum disebabkan karena kemampuannya bicara dengan sopan, murah senyum, cara berpakaian yang apik dan necis, dan postur tubuh yang gagah. Faktor fisik atau postur badan merupakan daya tarik tersendiri bagi khalayak pemilih, penelitian Mill dan Anderson (1965) menyebutkan bahwa komunikator yang memiliki fisik yang menarik lebih mudah menggugah pendapat dan sikap seseorang.

Ketiga, syarat ketiga seorang komunikator adalah memiliki kekuatan. Kekuatan yang dimaksudkan disini begitu luas, tidak sekedar kekuatan finansial. Namun, seorang komunikator mesti harus juga ditopang dan didukung oleh

¹⁴³ *Ibid*, h. 295.

¹⁴⁴ Effendy, *Ilmu, Teori*, h. 306.

¹⁴⁵ Cangara, *Komunikasi Politik*, h. 296.

lembaga (organisasi) yang memiliki kekuatan dan pengaruh yang luas di tengah-tengah masyarakat. Strategi pencitraan politik dilakukan sebagai sebuah upaya merawat ketokohan dan memantapkan kelembagaan (organisasi/partai politik). Artinya, ketokohan seorang politikus atau kandidat dan kekuatan lembaga politiknya dalam masyarakat akan memiliki pengaruh tersendiri dalam berkomunikasi politik. Selain itu, diperlukan juga kemampuan dan dukungan lembaga dalam menyusun pesan politik, menetapkan metode dan memilih media politik yang tepat. Ketika komunikasi politik berlangsung, justru yang berpengaruh bukan saja pesan politik melainkan terutama siapa tokoh politik atau tokoh aktivis dan lembaga mana yang menyampaikan pesan politik tersebut. Dengan kata lain, ketokohan seorang kandidat ikut ditentukan oleh komunikator politik dan lembaga politik yang mendukungnya dalam mencapai sasaran dan tujuannya.¹⁴⁶

Selanjutnya, Havland dan Weiss dalam Mahi M. Hikmat menambahkan dua hal yang harus dimiliki oleh seorang komunikator politik, sehingga ia dapat menggerakkan hati massa (khalayak), yakni; *expertise* (keahlian) dan *trustworthiness* (dapat dipercaya). Kedua hal ini mensyaratkan, jika tim kampanye mengambil tema mengentaskan kemiskinan, meningkatkan pendidikan masyarakat, dan tema lainnya. Maka juru kampanyenya pun harus orang-orang yang sudah dipercaya dan memiliki keahlian dibidang tersebut.¹⁴⁷

Keberhasilan seorang komunikator politik dalam membangun dan memelihara komunikasi yang efektif dalam pencitraan politik, disadari bukan sebuah pekerjaan yang mudah, karena masyarakat/khalayak itu adalah manusia yang unik dan kompleks. Dan untuk mengukur seorang komunikator politik yang sukses dan berhasil dalam berkomunikasi, setidaknya menurut Dadang Anugrah & Winny Kresnowiati (2008) komunikator yang sukses ditandai oleh kemampuannya dalam empat hal, yaitu: *Mengubah sikap, mengubah opini atau pandangan, mengubah perilaku, dan mengubah masyarakat.*¹⁴⁸

a) Mengubah sikap (*to change the attitude*), artinya bahwa komunikasi politik

¹⁴⁶ Arifin, *Komunikasi Politik*, h. 146.

¹⁴⁷ Mahi M. Hidayat, *Komunikasi Politik, Teori dan Praktek Dalam Pilkada Langsung* (Bandung: Simniosia Rekatama Media, 2010), h. 221.

¹⁴⁸ Anugrah & Winny, *Komunikasi Antar Budaya: Konsep dan Aplikasi* (Jakarta: Jala Permana, 2008), h. 44-45.

dirancang dan diorientasikan untuk mengubah sikap-sikap politik komunikan, dan sikap yang diharapkan adalah berbanding lurus dengan tujuan atau kepentingan komunikator (Partai politik, kandidat).

- b) Mengubah opini atau pandangan (*to change the opinion*), artinya bahwa komunikasi dirancang dan disampaikan dalam rangka mengubah opini atau pandangan komunikan/khalayak untuk kepentingan yang telah ditetapkan oleh komunikator
- c) Mengubah perilaku (*to change to behavior*), ini diartikan bahwa komunikator politik harus mampu merubah perilaku komunikan sesuai dengan yang diinginkan, terlebih pada saat momen politik dilaksanakan, seperti memberikan suara (memilih) pada pemilu kepada partai politik maupun kandidat (kontestan) sesuai yang diinginkan oleh komunikator.
- d) Mengubah masyarakat (*to change to society*), hal ini diartikan sebagai upaya merubah dan mendidik komunikan/khalayak untuk lebih berperan aktif dalam dinamika politik atau pembangunan sesuai dengan tujuan komunikator politik.

Selanjutnya, citra diri komunikator politik (dalam hal ini adalah kandidat politik maupun aktor politik yang terlibat dalam kegiatan pencitraan) bagi khalayak dapat juga terbentuk melalui dukungan lembaga tempat aktor politik itu berkiprah yang sudah memiliki citra yang baik di benak khalayak. Selain itu, citra diri khususnya kandidat juga bisa menjadi baik dan meningkat bila diperkenalkan atau didukung oleh tokoh-tokoh yang sudah populer, dikenal oleh khalayak dan memiliki pengaruh langsung terhadap khalayak. Contohnya, seorang kandidat kepala daerah didukung oleh seorang kiyai atau ulama terpendang dan dihormati oleh masyarakat, maka citra politik kandidat tersebut menjadi baik dan meningkat dimata masyarakat, terlebih lagi jika dia didukung oleh organisasi (lembaga) keagamaan yang memiliki anggota yang banyak disuatu daerah.

Selain upaya untuk merawat ketokohan, hal lain sebagaimana telah diungkap di atas adalah memantapkan kelembagaan. Lembaga yang dimaksud adalah wadah kerjasama beberapa orang untuk mencapai tujuan bersama, seperti partai politik, parlemen, pemerintahan atau birokrasi. Selain itu, lembaga non politik juga memiliki pengaruh yang besar dalam turut membangun citra politik. Lembaga-lembaga non politik yang sudah dikenal luas oleh masyarakat berupa

organisasi keagamaan (seperti: NU, Muhammadiyah, Al Washliyah dan lain sebagainya) juga diyakini memiliki andil dan pengaruh dalam membangun citra politik yang baik di tengah khalayak. Selain itu, lembaga yang dibentuk berdasarkan karakteristik yang khusus (seperti: Majelis zikir, majelis sialturahmi, dan sebagainya) baik yang sudah ada di tengah masyarakat luas maupun yang sengaja dibentuk untuk melakukan kegiatan pencitraan politik merupakan sisi lain yang penting untuk dirawat dalam rangka membangun pencitraan politik, khususnya pada masa pemilihan umum.

Sesungguhnya, lembaga memiliki karakteristik tersendiri seperti halnya manusia yang dilihat eksistensinya di tengah lingkungan sosialnya. Lembaga yang memiliki peran yang baik di tengah masyarakat, maka akan dipersepsi positif dan memiliki citra yang baik oleh masyarakat dan sebaliknya. Khalayak sangat menghargai lembaga yang mampu membantu khalayak untuk memenuhi kepentingan dan kebutuhannya. Citra lembaga sangat ditentukan oleh kegunaan lembaga tersebut bagi khalayak. Semakin berperan dan berguna suatu lembaga, maka semakin penting dan dibutuhkan lembaga bahkan dipatuhi lembaga tersebut oleh khalayak.¹⁴⁹

b. Strategi Mengemas Pesan

Strategi mengemas pesan politik merupakan hal yang sangat penting. Dalam hal ini pengemasan pesan sangat berperan dalam mengarahkan cara masyarakat untuk memaknai pesan tersebut. Pesan yang diangkat harus sesuai dengan isu-isu politik yang sedang berkembang dalam masyarakat. selain itu, pesan yang dikemas harus mampu menjelaskan tentang suatu permasalahan yang sedang dihadapi masyarakat. Pesan yang diutarakan tidak sekedar wacana semata tetapi juga mengandung cara pemecahannya (solusi). Tujuan utama pesan politik adalah menggerakkan masyarakat, untuk itu sekali lagi penting memperhatikan isu politik yang sedang berkembang. Contohnya mengangkat pesan politik tentang kemiskinan dan pengangguran. Agar mudah dipahami banyak orang, pesan politik harus dikemas sedemikian rupa. Dalam hal ini seorang kandidat maupun partai politik harus dapat membedakan cara mengemas pesan politik tersebut berdasarkan segmen masyarakat. untuk masyarakat awam dan memiliki latar

¹⁴⁹ Arifin, *Komunikasi Politik*, h. 242.

belakang pendidikan yang rendah, pesan politik yang disampaikan harus sederhana mungkin agar lebih mudah dipahami tanpa menghilangkan esensi dari pesan tersebut. Sedangkan bagi khalayak terpelajar diperlukan kemasan yang berbeda, pesan politik harus menarik dan didukung dengan fakta dan data objektif. Karena khalayak terpelajar cenderung bersikap kritis terhadap isu-isu yang disampaikan seorang kandidat maupun partai politik melalui pesan-pesan politiknya.¹⁵⁰

Pesan politik sebagai elemen penting sebuah kampanye juga diartikan sebagai pernyataan ringkas yang menyebutkan mengapa pemilih harus memilih seorang kandidat maupun partai politik tertentu. Dalam pendekatan kampanye politik modern, pesan harus disusun dengan sangat hati-hati sebelum disebar dan menjadi konsumsi media dan publik (masyarakat), karena pesan politik berperan untuk memengaruhi dan mendorong pemilih menentukan pilihannya kepada kandidat tertentu pada pemilu. Oleh karena itu, Untuk dapat menghasilkan pesan kampanye yang efektif, maka perlu dilakukan orientasi yang mendalam terhadap berbagai hal yang diinginkan khalayaknya.¹⁵¹

Pesan yang disampaikan kepada individu maupun khalayak dalam kegiatan pemilihan umum setidaknya mempunyai tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku individu maupun khalayak dimasa pemilihan umum. Perilaku yang diharapkan dalam hal ini adalah perilaku pemberian suara dan dukungan pada saat pemilihan umum, sebagaimana yang diinginkan seorang komunikator politik.¹⁵²

Membangun pesan politik berarti membangun citra (*image*) politik dan menciptakan opini publik, salah satu pendekatan yang digunakan adalah komunikasi persuasif. Yaitu sebuah cara dimana Komunikasi dilakukan dengan cara membujuk, mengajak, menyakinkan, dan memberi pemahaman kepada khalayak yang dituju agar mereka melakukan suatu kegiatan atau tindakan sebagaimana yang diinginkan oleh komunikator. Komunikasi persuasif dalam kehidupan politik, khususnya bagi partai politik maupun kandidat dalam pilkada

¹⁵⁰ Firmanzah, *Marketing Politik*, h. 259-260.

¹⁵¹ Kusuma, *Panduan Sukses Kampanye Pemilu 2009* (Jakarta, Pustaka Cendekia Muda, 2008), h. 25.

¹⁵² Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Grasindo, 2004), h. 28

merupakan hal yang penting untuk diterapkan karena ia menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan sebuah kampanye politik.¹⁵³

Untuk menyusun pesan yang bersifat persuasif, ada beberapa metode atau cara yang dipergunakan oleh komunikator pada saat menyampaikan pesan politiknya, yaitu: *fear appeal*, *emotional appeal*, *reward appeal*, *motivational appeal*, and *humorous appeal*.

Fear appeal merupakan metode penyusunan pesan yang membuat rasa ketakutan kepada khalayak. Sesungguhnya khalayak kurang senang menerima pesan yang disertai ancaman yang menakutkan, sebab hal itu menyebabkan mereka tidak bebas untuk menentukan sikap dan mengemukakan pendapatnya. Tetapi dalam hal-hal tertentu, khalayak harus menerima pesan tersebut karena bisa mengancam keselamatan diri, keluarga bahkan masyarakatnya. Misalnya seperti polusi, gempa bumi, demam berdarah, HIV- IADS, teroris dan sebagainya.

Emotional appeal merupakan metode penyusunan pesan dengan berusaha menggugah emosi khalayak, yang diwujudkan melalui sentimen-sentimen agama, etnis, kesenjangan sosial, ketidakadilan, diskriminasi, dan lain sebagainya. Dari hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh Hartman ditemukan bahwa penyusunan pesan yang membakar emosional sangat berpengaruh dalam pemungutan suara pemilihan Presiden di Amerika Serikat. Sehingga metode ini dianggap sebagai bentuk propaganda politik.

Reward appeal merupakan metode penyusunan pesan yang berisi janji-janji manis kepada khalayak, dimana seorang komunikator ketika berkampanye memberikan janji-janji perbaikan, kesejahteraan dan sebagainya kepada khalayak. Dari berbagai studi yang dilakukan dalam hubungannya dengan metode ini, ditemukan bahwa dengan menjanjikan memberikan uang Rp. 100.000,- dalam sebuah pemilihan, seseorang akan cenderung mengubah sikap dan mengikuti apa yang diinginkan komunikator. Pada masa pemilihan umum praktik metode ini sering kali digunakan dan berhasil menentukan pilihan pemilih. Hal tersebut diperkuat dengan sebuah riset yang dilakukan oleh Heilman dan Garner (1975) menyebutkan bahwa khalayak cenderung menerima pesan atau ide yang berisi penuh janji-janji daripada pesan-pesan yang disertai ancaman.

¹⁵³ Venus, *Manajemen Kampanye, Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi* (Bandung: Simbiosis Rekatama, 2007), h. 30.

Motivational appeal merupakan metode penyusunan pesan yang dibuat bukan didasarkan pada janji-janji, melainkan disusun untuk menumbuhkan motivasi dan menumbuhkan pengaruh internal psikologis khalayak, sehingga khalayak merasa terdorong mengikuti pesan tersebut. Sebagai contoh kampanye gerakan anti komunis, kampanye cinta produk dalam negeri, yang didasarkan pada rasa nasionalisme.

Humorous appeal merupakan metode penyusunan pesan yang berusaha membawa khalayak tidak jenuh dengan pesan yang disampaikan komunikator. Pesan mengedepankan rasa humor mudah diterima, dan mengenakan didengar. Akan tetapi penting dicatat bahwa humor tidak lebih dominan dari substansi pesan yang ingin disampaikan.¹⁵⁴

Selanjutnya, dikenal juga teknik penyusunan pesan, yaitu ; *One-side Issue* dan *Two-side Issue*. Pertama, merupakan teknik penyampaian pesan yang menonjolkan sisi kebaikan atau keburukan sesuatu maupun seorang tokoh. Dalam hal ini juru kampanye (komunikator) dalam menyampaikan sesuatu harus memberi tekanan pada suatu kebaikan atau sebaliknya. Dalam prakteknya teknik ini hanya cocok diterapkan pada khalayak yang kurang berpendidikan, sehingga mereka tidak mempunyai alternatif pilihan. Selanjutnya, teknik kedua merupakan penyampaian pesan dimana juru kampanye mengemukakan hal-hal yang baik dan hal-hal yang kurang baik. Dalam hal ini juru kampanye memberikan kebebasan kepada khalayak untuk berpikir apakah ada keuntungan jika mereka melaksanakan informasi yang diterimanya. Dalam prakteknya teknik ini digunakan pada khalayak yang berpendidikan dan kritis.¹⁵⁵

Hal terpenting yang harus dipahami bagi seorang komunikator dalam menyusun pesan kampanye adalah memperhatikan kualitas pesan tersebut. Burch (1986) menyebutkan bahwa pesan yang berkualitas sangat ditentukan oleh tiga hal yaitu, kecermatan/keakuratan (*accuracy*), tepat waktu (*timeliness*), dan relevansinya (*relevancy*). Keakuratan sebuah informasi adalah apabila informasi tersebut terbebas dari bias, artinya memiliki makna yang jelas, tegas dan tidak multi tafsir. Informasi menjadi penting dan mempunyai nilai apabila informasi tersebut disampaikan tepat pada waktunya. Dan informasi yang disampaikan

¹⁵⁴ Hafied Canggara, *Pengantar Ilmu Komunikasi, Edisi Kedua* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012), h. 131-132.

¹⁵⁵ Canggara, *Komunikasi Politik*, h. 318.

kepada individu maupun khalayak mesti mempunyai relevansi atau hubungan dengan individu maupun khalayak, dan hal itu berhubungan dengan kepentingan pengambilan keputusan yang telah direncanakan.¹⁵⁶

Terdapat tiga teori yang harus diperhatikan seorang komunikator tentang penyusunan dan penyampaian pesan kepada khalayak, yaitu:

- a) *Over Power'em Theory*, teori ini menunjukkan bahwa bila pesan sering kali diulang, panjang lebar dan cukup keras, maka pesan itu akan berlalu begitu saja dari khalayak.
- b) *Glamour Theory*, teori ini menjelaskan bahwa suatu pesan (ide) yang dikemas dengan cantik, kemudian ditawarkan dengan daya persuasi, maka khalayak akan tertarik dengan pesan (ide) tersebut.
- c) *Don't Tele'em Theory*, teori ini menjelaskan bahwa bila suatu pesan (ide) disampaikan kepada orang lain, mereka tidak akan memegangnya dan menanyakannya. Oleh karena itu, mereka tidak akan membuat pendapat tentang pesan (ide) itu.¹⁵⁷

c. Strategi Memilih Media

Strategi penyampaian pesan politik kepada masyarakat harus terlebih dahulu melihat kondisi masyarakatnya. Hal tersebut itu terkait dengan strategi pemilihan saluran yang sesuai untuk menyampaikan pesan-pesan politik. Komunikasi politik di negara-negara sedang berkembang seperti Indonesia biasanya menggunakan dua sistem komunikasi dominan, yaitu media massa modern dan sistem komunikasi tradisional. Hal tersebut dimaksudkan untuk membangun pencitraan dan membentuk opini publik. Oleh karena itu, menjadi penting untuk memilih media komunikasi yang tepat, dan sesuai dengan keperluan kepada siapa pesan politik ingin disampaikan.

Setidaknya secara umum masyarakat dapat dibagi menjadi dua kelompok yaitu masyarakat yang tinggal dipedesaan atau yang biasa disebut masyarakat desa dan masyarakat yang tinggal diperkotaan atau yang biasa disebut masyarakat kota. Dan untuk memilih mana saluran komunikasi politik yang tepat untuk masyarakat desa dan masyarakat kota, dalam hal ini kita akan melihat tiga saluran komunikasi politik yang digunakan, yaitu; Saluran komunikasi interpersonal,

¹⁵⁶ Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h. 30.

¹⁵⁷ Canggara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h. 133-134.

saluran komunikasi massa, saluran komunikasi organisasi. Dalam prakteknya Ketiga saluran ini selalu diterapkan secara bersama dalam komunikasi politik, kendati ada penekanan tertentu yang disesuaikan dengan kondisi masyarakat dan efektifitas komunikasi politik.

1) Saluran Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal (komunikasi antarpribadi) pada hakikatnya adalah komunikasi antara komunikator dengan komunikan. Komunikasi ini paling efektif mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang. Komunikasi antarpribadi bersifat dialogis, artinya arus balik (*feedback*) terjadi langsung. Menurut Kumar (2000) dalam wiryanto efektivitas komunikasi antapribadi memiliki lima ciri, yaitu: Keterbukaan (*Openess*), Empati (*emphaty*), Dukungan (*supportiveness*), Rasa Positif (*positiviness*), Kesetaraan (*equality*).¹⁵⁸

Secara umum masyarakat yang tinggal di pedesaan atau mereka yang tinggal di pedalaman yang secara literal tidak memiliki tradisi baca, atau bahkan mereka tidak bisa baca-tulis, maka pesan politik disampaikan menggunakan sistem komunikasi tradisional. Dalam konteks ini, komunikasi yang paling efektif adalah dengan menggunakan sistem komunikasi lokal yang sesuai dengan budaya mereka. Pendekatan-pendekatan interpersonal dengan tokoh-tokoh masyarakat yang menjadi pengatur lalu-lintas opini menjadi kunci keberhasilan dalam sistem komunikasi tradisional ini.

Efektivitas pengaruh komunikasi interpersonal, sebagaimana yang diungkapkan dalam penelitian Erie County tahun 1940 di sebuah kabupaten (desa-desa) AS untuk melihat kekuatan media massa dalam memengaruhi keputusan pemungutan suara. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengaruh hubungan pribadi tampak lebih sering dan lebih efektif daripada media massa dalam memengaruhi keputusan pemilihan. Para peneliti juga menjelaskan bahwa pesan-pesan dari media massa pertama kali menjangkau pemimpin opini (*opinion leaders*), yang kemudian meneruskan apa yang mereka baca, atau yang mereka dengar kepada rekan-rekan maupun pengikut-pengikutnya yang menganggap mereka sebagai orang yang berpengaruh. Proses ini dinamakan *komunikasi dua langkah*.¹⁵⁹

¹⁵⁸ Wiryanto, *Pengantar Ilmu*, h. 36.

¹⁵⁹ Tankard Jr, *Teori Komunikasi*, h. 240.

Pemimpin opini atau pemuka opini didapati lebih banyak berhubungan dengan media yang tepat bagi wilayah pengaruh kekuasaannya. Kesimpulan yang dicapai dari serangkaian penelitian menunjukkan, bahwa pengaruh pribadi lebih sering dan lebih efektif daripada media massa, tidak hanya pada bidang politik, tetapi juga dalam pemasaran, keputusan mode, dll. Pengaruh hubungan antarpribadi dalam kelompok primer adalah efektif dalam memelihara tingkat *homogenitas* opini dan tingkatan dalam kelompok. Dalam proses pembuatan keputusan, media yang berbeda memainkan peran yang berbeda. Sebagian media memberikan informasi tentang suatu hal, sementara media yang lain melegitimasi atau membuat sebuah arah tindakan menjadi diterima.¹⁶⁰

Komunikasi interpersonal diakui telah memainkan peran penting dalam penyampaian atau penyebaran informasi politik, meskipun tidak menempati peran dominan. Dalam komunikasi interpersonal terjadi dua orientasi, yaitu: *dimensi isi* dan *dimensi hubungan*. Dimensi isi menjelaskan tentang pokok-pokok informasi atau masalah yang dibahas, sedangkan dimensi hubungan ialah tentang bagaimana pandangan antar para peserta dalam percakapan (berkomunikasi) satu dengan yang lain. Dimensi hubungan ini sangat menentukan diterimanya pesan dalam berkomunikasi, terutama jika komunikasi itu dilakukan oleh pemimpin pendapat (tokoh masyarakat/tokoh agama-orang yang dihormati) kepada masyarakat maupun jamaahnya atau anggotanya.¹⁶¹

2) Saluran Komunikasi Massa

Media massa seringkali disebut sebagai salah satu pilar demokrasi, untuk menunjukkan begitu besar peran media massa dalam membangun kehidupan yang demokratis. Selain, lembaga eksekutif, legislatif dan yudikatif media massa juga menempati bagian dari ruang publik (*public sphere*), yaitu ruang terbuka bagi semua orang untuk membicarakan atau menyuarakan kepentingan yang beragam.

Selain komunikasi interpersonal, salah satu kunci dalam persaingan membangun *image* politik adalah memanfaatkan saluran media massa. Media massa sebagai entitas yang memiliki peran dan fungsi untuk mengumpulkan sekaligus mendistribusikan informasi dari dan untuk masyarakat, telah menjadikan Kekuatan media massa sebagai alat komunikasi politik untuk membangun dan memengaruhi

¹⁶⁰ *Ibid*, h. 244.

¹⁶¹ Nimmo, *Komunikasi Politik*, h. 178.

opini publik. Sehingga membuat institusi media massa menjadi ajang persaingan para politisi. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan partai maupun kandidat diupayakan diliput oleh para wartawan agar terpublikasi luas dan diketahui oleh masyarakat. Dengan demikian partai atau kandidat akan lebih mudah untuk mengarahkan dan membentuk opini di masyarakat. Hal tersebut dilatarbelakangi oleh kesadaran politisi bahwa *image* positif di masyarakat dapat terbentuk dengan kesan pemberitaan yang positif melalui media massa.¹⁶²

Dalam hal ini, media massa mempunyai peran besar terhadap seorang kandidat maupun partai politik dalam melakukan kampanye politik. Media elektronik seperti televisi, radio dan media cetak seperti surat kabar, majalah, tabloid diyakini hari ini telah banyak digunakan dan dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mencari atau sumber informasi yang penting bagi dirinya. Citra maupun *image* seorang kandidat maupun partai politik akan terbentuk pada diri seorang pemilih manakala ia dekat dan memberi perhatian pada informasi di media massa. Hal tersebut menunjukkan bahwa, perubahan opini pemilih mengenai kandidat sangat tergantung pada informasi yang tersaji dalam berita media.

Secara umum, masyarakat yang tinggal diperkotaan dengan pola hidup mereka yang sibuk dan dinamis sehingga tidak memberi mereka peluang untuk melakukan komunikasi langsung dengan orang lain, apalagi kalau mereka tidak mempunyai kepentingan langsung dengan komunikator, maka bagi mereka media massa cetak dan elektronik merupakan sarana paling efektif untuk mengetahui dan menyampaikan umpan balik setiap pesan politik yang ada.

3) Saluran Komunikasi Organisasi

Selain komunikasi interpersonal dan komunikasi massa, Dan Nimmo (2005) menambahkan satu unsur lagi sebagai saluran komunikasi politik yaitu Komunikasi organisasi. Disebutkan bahwa jaringan komunikasi dari organisasi menggabungkan sifat-sifat saluran (media) massa dan saluran interpersonal. Organisasi-organisasi formal, seperti pemerintahan, lembaga DPR, partai politik maupun organisasi kemasyarakatan seperti LSM, Ormas selalu melakukan komunikasi politik karena berbagai alasan. Dalam hal ini organisasi dijadikan sebagai sarana (media) komunikasi politik.¹⁶³

¹⁶² Firmansyah, *Marketing Politik*. 29.

¹⁶³ Nimmo, *Komunikasi Politik*. 184.

Organisasi dipahami sebagai sebuah wadah yang menampung orang-orang dan objek-objek; orang-orang yang berada dalam organisasi tersebut berusaha secara bersama untuk mencapai tujuan bersama. Organisasi dalam hal ini dianggap sebagai jalur informasi dalam jumlah besar dengan *input*, *throughput* (proses), dan *output*.¹⁶⁴ Lebih lanjut Faules (2006) mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi (struktur organisasi) yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Dalam sebuah organisasi, komunikasi merupakan ruh yang menggerakkan organisasi untuk menunjukkan eksistensi organisasi dan berperan lebih besar daripada sekedar melaksanakan rencana-rencana organisasi.¹⁶⁵

Komunikasi organisasi dalam hal ini dilihat sebagai suatu sistem yang di dalamnya terdapat empat fungsi, yaitu: informatif, regulatif, persuasif, dan intergatif. Komunikasi melalui organisasi sangat membantu dalam memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai masalah yang sedang dihadapi oleh anggota organisasi atau masyarakat secara luas dan mencari solusi yang diinginkan.¹⁶⁶

D. Eksistensi Dai Dalam Politik

a. Memahami Dai pada Wilayah Politik

Para pakar dakwah menggunakan beberapa istilah untuk menyebutkan dai (pendakwah), yaitu subjek dakwah, pelaku dakwah, mubaligh dan ustaz. A Hasjmy menggunakan dua istilah yaitu juru dakwah dan pendakwah.¹⁶⁷ Bagi pelaku dakwah perempuan disebut dengan daiyah, muballighah atau ustazah. Secara tidak langsung kita temukan dalam Al-Qur'an istilah muballigh dan dai. Untuk istilah pertama antara lain disebut pada surah Al-Maidah [5] ayat 67 dan untuk istilah kedua seperti tercantum pada surah Fushshilat [41] ayat 33. Pendakwah berarti orang yang mengajak, sedangkan muballigh adalah orang yang menyampaikan.¹⁶⁸

Istilah dai sesungguhnya lebih luas maknanya dari kata muballigh. Menurut Abdullah (2015) makna dai sangat luas, persepsi umum menyebutkan bahwa dai identik dengan mubaligh, yaitu orang yang mengajak atau

¹⁶⁴ R. Wayne Pace dan F. Faules, *Komunikasi Organisasi: Strategi Peningkatan Kinerja Perusahaan* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), h. 17.

¹⁶⁵ *Ibid*, h. 31.

¹⁶⁶ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Para Dikma dan Diskursus Tehnologi Komunikasi di Masyarakat* (Jakarta: Kencana Media Group, 2006), h. 274.

¹⁶⁷ A. Hasjmy, *Dustur Dakwah Menurut Al-Qur'an* (Jakarta: Bulan Bintang, 1974), h. 11.

¹⁶⁸ Abdullah, *Ilmu Dakwah, Kajian Ontologis, Epistemologis, Aksiologis dan Aplikasi Dakwah* (Bandung: Citapustaka Media, 2015), h. 85.

menyampaikan agama Islam kepada jamaah dan biasa melalui mimbar dalam konteks dakwah *bil lisan*. Sesungguhnya dai adalah orang yang menyampaikan dan mengajak serta merubah suatu keadaan masyarakat kepada yang lebih baik sesuai dengan tuntunan agama Islam.¹⁶⁹ Dai juga biasa disebut dengan ulama, kiai, tuan guru, ustadz, dan sebagainya. Sebutan yang berbeda-beda terhadap dai berdasarkan kearifan lokal suatu daerah. Sebagaimana sebutan Kiai yang lazim pada masyarakat Jawa yang dipahami sebagai sosok Ulama (ilmuan/orang yang berilmu) yang menguasai sesuatu bidang ilmu agama atau beberapa bidang sekaligus. Menurut Suprayogo sebutan Kiai sebenarnya merupakan istilah yang dipakai oleh kalangan masyarakat Jawa untuk menyebut elit agama Islam.¹⁷⁰

Dawam Rahardjo sebagaimana dikutip Burhani menyatakan bahwa ulama adalah orang yang tertanam akarnya pada masyarakat dan tumbuh dari dan di tengah-tengah rakyat.¹⁷¹ Ulama menurut Geertz memiliki fungsi utama sebagai perantara atau pialang budaya (*cultural brokers*). Pandangan ini dilandaskan pada fenomena bahwa Ulama menjadi penghubung antara budaya lokal atau budaya rakyat dengan kultur Islam atau kultur asing. Sedangkan menurut Abdillah, Ulama memiliki kedudukan yang tinggi dan peran yang penting karena mereka merupakan pewaris para Nabi yang mempunyai tugas untuk: (a) mendidik umat di bidang agama dan lainnya, (b) melakukan kontrol terhadap masyarakat, (c) memecahkan problem yang terjadi dalam masyarakat, dan (d) menjadi agen perubahan sosial.¹⁷²

Dai sebagai elit dalam masyarakat Islam dapat diibaratkan sebagai seorang *guide* atau pemandu terhadap orang-orang yang ingin mendapat keselamatan hidup dunia dan akhirat. Dalam hal ini dai adalah seorang yang memberi petunjuk jalan dan harus mengerti dan memahami terlebih dahulu jalan yang boleh dilalui dan tidak boleh dilalui oleh seorang muslim, sebelum ia memberikan petunjuk jalan kepada orang lain. Hal itu yang menyebabkan kedudukan seorang dai di tengah masyarakat menempati posisi penting, ia adalah seorang pemuka (pelopor) yang selalu diteladani oleh masyarakat di sekitarnya.

¹⁶⁹ *Ibid*, h. 86.

¹⁷⁰ Imam Suprayogo, *Kyai dan Politik: Membaca Citra Politik Kyai* (Malang: UIN Malang Press, 2007), h. 1.

¹⁷¹ Ahmad Najib Burhani, *Agama, Nahdlatul Ulama, dan Sikap Memilih Partai* (Jakarta: Harian Kompas Bekerjasama dengan Lakpesdam NU, 1999), h. 147.

¹⁷² Abdul Mu'nim D.Z. (ed.). *Islam di Tengah Arus Transisi* (Jakarta: Kompas, 2000), h. 162.

Menurut Mohd. Hatta setiap tugas sebagai seorang dai atau juru dakwah tidaklah ringan, oleh karena itu dia harus membekali dirinya dengan ilmu dan pemahaman yang mendalam tentang ajaran Islam yang terdapat di dalam Al-Qur'an dan hadis Nabi Muhammad Saw., selain itu dai juga harus mengetahui sejarah peradaban Islam dan pendidikan Islam serta dituntut mampu memahami fenomena-fenomena sosial keagamaan kekinian yang terjadi di tengah masyarakat.¹⁷³

Tugas yang penting yang diemban seorang dai merupakan sebuah upaya pencerahan kepada umat sehingga umat dan masyarakat secara umum mendapat tuntunan dan cahaya menuju kebaikan di dunia dan akhirat. Namun, hal tersebut harus diawali dengan sikap konsisten dalam diri dai itu sendiri dalam menjalankan aqidah dan tuntunan ajaran Islam dalam kehidupan pribadi dan sosialnya. Selain itu, juga harus menjadi pribadi yang dapat dipercaya dan layak untuk menjadi tuntunan serta tauladan bagi umat dalam setiap aspek kehidupan keagamaannya, inilah karakter dai yang paripurna sebagai pewaris Nabi.¹⁷⁴

Keterlibatan dai dalam politik selama ini sering kali menimbulkan kontroversi. Di satu sisi, keterlibatan dai dalam politik dimaknai sebagai sebuah dinamika politik yang mempunyai efek positif, karena akan mendorong terciptanya masyarakat yang partisipatif dan kritis, menggerakkan modal sosial publik untuk bersama membangun kehidupan kebangsaan dan kenegaraan yang lebih baik dan mandiri, serta memberikan kebebasan terhadap setiap individu untuk mengekspresikan pemikiran dan tindakannya tanpa adanya kungkungan monopoli kebenaran mutlak. Hal ini disebabkan oleh setiap orang dimungkinkan memiliki pandangan dan kepentingan yang berbeda. Namun disisi yang lain, keterlibatan dai dalam politik dianggap tidak produktif dan berefek negatif karena seringkali membingungkan dan meresahkan masyarakat, bahkan tidak jarang menjadi pangkal perpecahan dan konflik sosial dalam skala massif. Perbedaan dan perubahan sikap pandang umat juga akan memunculkan friksi antar pendukung ideologi/aliran yang berbeda. Dukungan tersebut tidak terlepas dari politisasi agama (penggunaan simbol-simbol agama). Mobilisasi inilah yang

¹⁷³ Mohd. Hatta, *Simbiotika Dakwah Islam* (Medan: Ciptapustaka Media Perintis, 2010), h. 12.

¹⁷⁴ *Ibid*, h. 13.

memunculkan pergumulan politik antar umat yang pada akhirnya terjadi polarisasi di tengah masyarakat.¹⁷⁵

Eksistensi dai dalam politik lokal sesungguhnya berimplikasi pada dua muara yaitu positif dan negatif. Keberadaan dai terlibat dalam politik sesungguhnya sangat diperlukan disatu sisi untuk mempertegas keyakinan umat untuk ikut andil dalam kegiatan demokrasi lokal lima tahunan di suatu daerah, bahkan posisi dai terkadang sangat menentukan keberhasilan seorang kandidat maupun partai politik yang terlibat dalam kontestasi pemilihan umum yang dilaksanakan. Namun pada sisi yang lain ternyata kehadiran dai di panggung politik lokal malah menambah daftar hitam persoalan di tengah masyarakat, terlebih jika dai terlibat dalam posisi tidak netral. Tingkat kepercayaan masyarakat kepada dai yang terlibat dalam panggung politik semakin rendah. Dai tidak dijadikan rujukan bagi masyarakat dalam menentukan sikap dan pilihannya dalam pentas politik lokal. Dua poros tersebut menjadi pemikiran tersendiri bagi sebagian kalangan, untuk melibatkan dan memposisikan dai dalam pentas politik lokal maupun nasional di Indonesia.

Dai atau ulama memiliki peran dan posisi penting dalam konteks kehidupan berbangsa dan bernegara pada wilayah politik yang telah terjadi dalam sejarah panjang bangsa Indonesia. Berdasarkan sejarah, telah mencatat begitu besar peran ulama dan umat Islam dalam meraih dan mempertahankan kemerdekaan Indonesia, hal ini merupakan sejarah panjang yang tidak bisa dilupakan begitu saja. Pergolakan melawan penjajahan kolonial untuk mewujudkan sebuah bangsa yang merdeka telah ditunjukkan pada perang Jawa yang juga disebut dengan perang Diponegoro (1825-1830), perang Hitam Putih di Minangkabau atau peran Paderi, perang Pangeran Antasari di Kalimantan Selatan dan peran Jihad di Aceh (1873). Berbagai peran di Nusantara melawan kolonialisme dipelopori oleh ulama yang dan atas nama Islam di bumi Nusantara.¹⁷⁶

Setelah berjuang ratusan tahun melawan kolonialisme, Indonesia dengan tegas menyatakan kemerdekaannya setelah Soekarno-Hatta membacakan

¹⁷⁵ Kamaruddin, *Partai Politik Islam di Pentas Reformasi: Refleksi Pemilu 1999 untuk Pemilu 2004* (Jakarta: Visi Publishing, 2002), h. 51.

¹⁷⁶ Katimin, *Politik Islam: Membuka Tabir Perjuangan Islam Ideologis dalam Sejarah Politik Nasional* (Medan: Perdana Publishing, 2018), h. 59-62.

naskah proklamasi Republik Indonesia. Namun, kemerdekaan itu tidak berlangsung lama. Pada tanggal 15 September 1945, tentara Inggris datang ke Indonesia tergabung dalam AFNEI (*Allied Forces Netherland East Indies*) untuk melucuti tentara Jepang yang sudah kalah perang. Tentara Inggris membawa misi titipan untuk mengembalikan Indonesia kepada pemerintahan Belanda sebagai jajahan Hindia Belanda.¹⁷⁷

Sejarah nasional telah mencatat, bahwa pada tanggal 22 Oktober 1945, Senin Pahing, 15 Dzulqaidah 1364 H. Terjadi peristiwa yang merupakan rangkaian sejarah perjuangan bangsa Indonesia melawan kolonialisme, peran ulama dalam menegakkan dan mempertahankan proklamasi berdampak para kiai dan santri dari Jawa Timur, Jawa Tengah dan Jawa Barat, membanjiri kota Surabaya, berdasar amanat berupa pokok-pokok kaidah tentang kewajiban umat Islam dalam jihad mempertahankan tanah air dan bangsanya yang disampaikan Rais Akbar Hasyim Asyari, dalam rapat PBNU yang dipimpin ketua besar KH Abdul Wahab Hasbullah, menetapkan satu keputusan dalam bentuk resolusi yang diberi nama “Resolusi Jihad Fi Sabilillah”. Resolusi jihad yang dikeluarkan oleh para ulama merupakan ruh dari peristiwa 10 November 1945. Fatwa itu dikeluarkan 20 hari sebelum meletusnya peristiwa yang diperingati sebagai hari pahlawan. Dalam membahas resolusi untuk mempertahankan kemerdekaan. Para ulama se-Jawa dan Madura berkumpul di salah satu bangunan yang saat ini berlokasi di Jalan Bubutan VI/2 Surabaya. Ditempat tersebutlah para ulama mencetuskan *Resolusi Jihad fii Sabilillah* sebagai salah satu cara mempertahankan kemerdekaan Indonesia dari ancaman sekutu.¹⁷⁸

Berdasarkan data-data sejarah, telah menunjukkan bahwa ulama telah mengambil peran penting dalam politik mewujudkan Indonesia merdeka. Hal tersebut tentunya menjadi gambaran dan bukti bahwa berdirinya Negara Kesatuan Republik Indonesia tidak bisa dipisahkan oleh keberadaan ulama, sebab itu peran ulama pasca kemerdekaan dan terus terlibat dan melibatkan dalam sistem politik merupakan sebuah keniscayaan dan tetap dibutuhkan oleh umat untuk tetap

¹⁷⁷ Zainal Munasichin, *Resolusi Jihad NU Sejarah Yang Dilupakan* (Jakarta: Dewan Pengurus Pusat Partai Kebangkitan Bangsa, 2001), h. 12.

¹⁷⁸ Ahmad Mansur Suryanegara, *Api Sejarah 2: Mahakarya Perjuangan Ulama dan Santri dalam Menegakkan Negara Kesatuan Republik Indonesia* (Bandung: Surya Dinasti, 2015), h. 209.

menjaga kedaulatan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Sehingga kesan negatif keterlibatan ulama (dai) dalam wilayah politik harus dihilangkan dalam pikiran umat Islam Indonesia.

b. Politik dalam Pandangan Islam

Islam adalah agama yang diturunkan kepada Nabi Muhammad Saw sebagai Nabi dan Rasul terakhir dan penyempurna risalah agama-agama sebelumnya yang dibawa oleh para Nabi dan Rasul Allah. Kesempurnaan Islam terdapat pada al-quran sebagai mukzijat terbesar yang mengandung petunjuk bagi manusia dalam urusan dunia dan akhirat. Kandungan Al-Qur'an merupakan informasi universal yang harus dipahami karena hal itu menyangkut seluruh aspek kehidupan manusia, tidak sekedar tauhid, akhlak dan ibadah-ibadah vertikal semata, lebih dari itu Al-Qur'an juga menyangkut urusan ekonomi, hukum, politik ketatanegaraan dan sebagainya. hal itu yang menunjukkan Islam adalah agama yang paling sempurna. Ajarannya dengan jelas dan tegas tidak membedakan urusan di akhirat maupun urusan di dunia, kedua hal tersebut dianggap sama pentingnya dalam rangka ibadah disisi Allah Swt.¹⁷⁹

Secara khusus Alquran telah menyebutkan tema-tema penting tentang persoalan politik kenegaraan yang menjadi asas maupun prinsip bagi umat Islam dalam membangun kegiatan politik kenegaraan. Prinsip-prinsip tersebut antara lain, prinsip amanah, ketaatan, keadilan, musyawarah, dan prinsip persamaan. Kelima prinsip ini telah banyak disebutkan di beberapa ayat dalam Alquran, seperti prinsip amanah disebutkan pada Q.S.33: 72, dan 4: 58, Q.S.4: 135, Q.S.5: 8, Q.S.6: 90, dan Q.S.42: 15, prinsip ketaatan disebutkan pada Q.S.4: 59, prinsip keadilan disebutkan pada Q.S.4:58, 4:1, prinsip musyawarah terdapat pada Q.S.42: 38, Q.S.3: 159, dan Q.S.42: 38, dan prinsip persamaan terdapat pada Q.S. 49:13. Setidaknya kelima prinsip politik kenegaraan tersebut menjadi bukti bahwa Islam sangat memberi perhatian khusus terhadap kehidupan politik kenegaraan. Pesan-pesan tersebut jika diaplikasikan dalam kehidupan berbangsa dan bernegara maka akan mewujudkan keadilan, kebaikan dan kebahagiaan bagi suatu bangsa khususnya Indonesia.¹⁸⁰

¹⁷⁹ Katimin, *Politik Islam; Studi Tentang Asas, Pemikiran, Dan Praktek dalam Sejarah Politik Umat Islam* (Medan: Perdana Publishing, 2017), h. 1.

¹⁸⁰ *Ibid*, h. 2-11.

Melihat perbedaan pandangan masyarakat tentang peran dai dalam politik, hal ini menunjukkan bahwa dikalangan masyarakat Islam pada umumnya kurang melihat hubungan politik dengan agama, malah kebanyakan mereka memisahkan secara tegas keduanya. Hal tersebut antara lain disebabkan karena pemahaman yang tidak utuh terhadap cakupan ajaran Islam itu sendiri. Kuntowijoyo misalnya mengatakan: Banyak orang, bahkan pemeluk Islam sendiri tidak sadar bahwa Islam bukan hanya agama, tetapi juga sebuah komunitas (*ummat*) tersendiri yang mempunyai pemahaman, kepentingan, dan tujuan-tujuan politik sendiri. Banyak orang beragama Islam, tetapi hanya menganggap Islam sebagai agama individual, dan melupakan kalau Islam sebenarnya agama sosial (kolektivitas) yaitu Islam mempunyai kesadaran, struktur dan mampu melakukan aksi bersama untuk mewujudkan kebaikan. Dan akhirnya Kuntowijoyo dalam bukunya dengan tegas dan meyakinkan bahwa Islam memiliki konsep tentang politik, dan politik sesuatu hal yang penting dalam Islam¹⁸¹.

Perbedaan pandangan tersebut masih sering kali kita jumpai di tengah-tengah masyarakat, diskursus yang tidak konstruktif ketika berbincang tentang hubungan antara dakwah dan politik. Pendapat, pikiran dan prasangka negatif ditujukan khususnya kepada politik yang dianggap sesuatu yang tidak membawa kebaikan ditengah-tengah masyarakat, dan dai adalah para pewaris Nabi yang harus fokus mengemban misi kedakwaan di tengah masyarakat, sehingga tidak boleh bercampur baur dengan politik. Fenomena tersebut sudah sekian lama tertanam dalam benak masyarakat kita, sehingga sangat tepat jika Syaikh Hasan Al Banna mengungkapkan pernyataan: “Sedikit sekali orang berbicara tentang politik dan Islam, kecuali ia memisahkan antara keduanya, diletakkan masing-masing secara independen. Menurut mereka keduanya tidak mungkin bersatu dan dipertemukan”. Oleh karena itu banyak para dai maupun organisasi-organisasi Islam yang bergerak dalam aktivitas dakwah dengan tegas mencatumkan bahwa mereka dan organisasi tersebut tidak berpolitik. Akan tetapi pada sisi lain, aktivitas yang dilakukan tanpa disadari telah masuk dan mencampuri ranah politik.¹⁸²

¹⁸¹ Kuntowijoyo, *Identitas Politik Umat Islam* (Bandung : Mizan, 1997), h. 27.

¹⁸² Al-Wa'iy, *Pemikiran Politik Kontemporer Al-Ikhwān Al-Muslimun: Studi Analitis, Observatif, Dokumentatif* (Solo: Era Intermedia, 2003), h. 39.

Politik (Arab: *siyasaḥ*) pada umumnya berhubungan dengan kekuasaan dan cara menggunakannya. Kekuasaan terwujud apabila terdapatnya lembaga, yaitu negara sebagai wadah untuk menjalankan kekuasaan tersebut. Politik dalam tradisi Islam memiliki hubungan yang erat dengan administrasi dalam mengurus manusia dan membimbing mereka untuk kemaslahatan dan menjauhkannya dari kemudharatan. Berdasarkan pemikiran tersebut sesungguhnya tujuan politik sama dengan dakwah, namun dalam praktiknya, agama sering kali digunakan dan diperalat oleh politikus untuk kepentingan politik. Sepatutnya, menurut konsep Islam, politiklah yang menjadi alat untuk mensukseskan agama (dakwah).¹⁸³

Saifuddin Zuhri berpandangan bahwa politik sebenarnya memiliki tujuan yang positif dan baik untuk masyarakat, antara lain: Pertama, menata masyarakat dengan landasan akhlak al-karimah, kedua, menggugah mereka dengan hikmah yang mulia, ketiga, mempersatukan mereka dengan sikap persaudaraan dan kasih sayang, keempat, menegakkan keadilan, kesejahteraan dan tolong menolong, kelima, menegakkan kepemimpinan yang mengabdikan kepada kepentingan umat, mencintai dan dicintai umat, keenam, menata masyarakat dengan hukum yang tidak berat sebelah, ketujuh, menegakkan martabat manusia yang mulia dalam rangka membina peradamaian dan kemajuan yang bermanfaat.¹⁸⁴

M. Natsir dalam hal ini secara tegas menyebutkan bahwa wajib bagi setiap umat Islam untuk berpolitik sebagai sarana dakwah Islam. Menurutnya, setiap muslim tidak dapat melepaskan diri dari politik, dan sebagai orang politik, setiap muslim juga tidak dapat melepaskan diri dari ideologi, yakni ideologi Islam. Selanjutnya, bagi setiap muslim yang ingin menegakkan Islam, hal itu tidak dapat dilepaskan dari menegakkan masyarakat, menegakkan negara dan menegakkan kemerdekaan. Hal ini menunjukkan bahwa antara politik dan dakwah harus menjadi perhatian setiap muslim yang ingin mewujudkan masyarakat yang baik sesuai dengan petunjuk Islam.¹⁸⁵

M. Amien Rais menyebutkan aktivitas politik dinilai baik, apabila memberi manfaat bagi seluruh rakyat dan sesuai pula dengan konsep *rahmatan li al-'alamin*. Selanjutnya, beliau menyatakan bahwa politik yang baik itu dapat

¹⁸³ J. Suyuthi Pulungan, *Fiqh Siyasaḥ: Ajaran, Sejarah dan Pemikiran* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1999), h. 24.

¹⁸⁴ Saifuddin Zuhri, *Unsur Politik dalam Dakwah* (Bandung: Al Ma'arif, 1982), hal. 11.

¹⁸⁵ M. Natsir, *Agama dan Politik Capita Selecta II* (Jakarta: Pustaka Pendis, 1958), hal. 157.

dilihat dalam tiga kategori. Pertama, politik sebagai amanah dari masyarakat yang harus dijalankan dengan sebaik-baiknya. Kedua, aktivitas politik harus dipertanggungjawabkan kepada Allah. Ketiga, aktivitas politik harus sejalan dengan prinsip-prinsip persaudaraan dalam Islam.¹⁸⁶

Sesungguhnya, konsep politik dalam Islam secara jelas diungkapkan dalam teks-teks Alquran yang menyebutkan sejumlah prinsip-prinsip politik berupa keadilan, musyawarah, toleransi, hak-hak dan kewajiban, amar ma'ruf dan nahi mungkar, kejujuran, amanah serta penegakan hukum. Selain itu, konsep-konsep dan dasar-dasar politik dalam Islam juga dapat dilihat dari praktik politik yang dilakukan oleh nabi Muhammad Saw juga dapat menjadi sunnah dalam penyelenggaraan pemerintahan Islam, yaitu tentang bagaimana beliau ketika menjalankan fungsi pemerintahan di Madinah.¹⁸⁷

Sebahagian besar ulama berpandangan bahwa Islam adalah agama yang sempurna yang mengatur semua aspek kehidupan manusia, Alquran sebagai sumber petunjuk dan hukum dalam kehidupan yang mengungkap segala persoalan, menjawab segala tantangan serta member solusi terhadap problem kehidupan manusia dari hal-hal yang kecil sampai persoalan yang besar termasuk di dalamnya adalah urusan politik dan ketatanegaraan. Hal tersebut telah dicontohkan oleh nabi Muhammad Saw selama 23 tahun mengemban Islam sebagai nabi dan rasul serta kepala negara di Madinah. Sehingga sosok nabi Muhammad merupakan wujud Alquran yang hidup dan hal itu telah dipraktikkan beliau ketika memimpin Negara Madinah.¹⁸⁸

Posisi nabi Muhammad Saw di Madinah waktu itu, tidak hanya sebagai seorang Rasul yang menyampaikan risalah Illahi, melainkan juga memainkan peran ganda sebagai kepala negara, yang mengatur urusan umat dan masyarakat Madinah secara luas. Kepemimpinan nabi Muhammad di Madinah oleh para ahli politik dikategorikan sebagai bentuk *Teo-Demokratis*, yaitu suatu pola pemerintahan yang diterapkan berdasarkan asas musyawarah untuk menyikapi dan memutuskan persoalan-persoalan yang terjadi serta menyandarkan solusi

¹⁸⁶ Rais, M. Amien, *Hubungan antara Politik dan Dakwah: Berguru kepada M. Natsir* (Bandung: Mujahid, 2004), h. 10-12.

¹⁸⁷ Sofyan, *Etika Politik Islam* (Bandung: Pustaka Setia, 2012), h. 16 .

¹⁸⁸ Katimin, *Politik Islam*, h. 55.

berdasarkan ketetapan dari Allah Swt, berupa wahyu. Hal tersebut dimungkinkan karena pada masa itu wahyu masih dalam proses turunnya.¹⁸⁹

Sejarah politik Islam adalah sejarah dakwah, dalam menabur dan menyebarkan *Amar Ma'ruf nahi munkar* (menyuruh kepada suatu kebaikan dan mencegah suatu kemungkaran). Pemerintahan Islam dimasa nabi Muhammad Saw di Madinah merepresentasikan sebuah upaya penegakan kebajikan di muka bumi, dengan mewujudkan keadilan dan kesejahteraan bagi masyarakatnya. Pemerintahan nabi di Madinah juga menggambarkan bentuk pemerintahan Islam yang sangat toleran dengan agama lain, sikap toleran tersebut dengan jelas terdokumentasi dalam piagam Madinah yang berisikan antara lain : penghormatan pada pemeluk agama yang berbeda, hidup bertetangga secara damai, kerjasama dalam keamanan, dan perlindungan terhadap pihak-pihak yang teraniaya. Nabi Muhammad Saw benar-benar telah mencontohkan Islam sebagai *agama rahmatan lil alamin* dalam praktek kehidupan sosial dalam sebuah negara.

Nabi Muhammad Saw sebagai pemimpin negara, ia tidak pernah melakukan tindakan kekerasan dan diskriminasi terhadap rakyatnya di Madinah. Bahkan dalam menjalankan misi keagamaan menyebarkan agama Islam tidak dilakukan dengan menggunakan pedang, tetapi dengan kepedulian, keberanian, dan cinta serta akhlak yang mulia sehingga orang-orang berbondong-bondong masuk memeluk agama Islam. Peperangan yang pernah terjadi di masa kepemimpinan beliau merupakan upaya membela dan mempertahankan diri dari serangan kaum kafir Makkah bersama sekutunya.¹⁹⁰

Setelah nabi Muhammad Saw wafat, secara berturut-turut pemerintahan negara Madinah diteruskan oleh Abu Bakar, kemudian Umar Ibn al-Khattab, Usman Ibn 'Affan dan Ali bin Abi Thalib yang dikenal dengan *Khulafa Rasyidin*. Corak pemerintahan yang dipraktekkan dimasa itu sedikit berbeda dengan nabi, yaitu mengambil bentuk *aristokrat demokratik*, yaitu sistem pemerintahan yang dalam penyelesaian setiap masalah yang timbul dengan musyawarah yang dilakukan oleh khalifah dengan kalangan aristokrat. Meskipun terjadi banyak konflik politik dimasa itu, akan tetapi secara konsisten pemerintahan Islam pada masa *Khulafa Rasyidin* tetap menjaga warisan tradisi kepemimpinan Rasullullah

¹⁸⁹ Abuddin Nata, *Metodologi Studi Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2000), h. 270.

¹⁹⁰ Katimin, *Politik Islam*, h. 55.

untuk selalu menegakkan keadilan, musyawarah, toleransi dan nilai-nilai moral Islam lainnya. Selanjutnya pasca kepemimpinan *Khulafa Rasyidin*, pemerintahan Islam dilanjutkan oleh Bani Umayyah dan Bani Abbasiyah yang menunjukkan pasang surutnya pemerintahan Islam. Dari sejarah yang terjadi terungkap bahwa pemerintahan yang mengedepankan moralitas akan memperoleh kejayaan, dan begitu sebaliknya. Oleh karena itu sejarah politik Islam adalah sejarah pasang surutnya antara yang *ma'ruf* dan yang *munkar*.¹⁹¹

Berdasarkan penelusuran sejarah tersebut di atas, setidaknya telah memberikan gambaran bahwa Islam sejak kelahirannya telah mengenal bentuk pemerintahan atau sudah menerapkan suatu sistem politik. Baik itu sistem demokratis maupun oligarki (kerajaan) tidaklah menjadi persoalan, Islam dapat menerima bentuk dan sistem pemerintahan apapun sepanjang hal tersebut dapat menegakkan keadilan, kemakmuran, kesejahteraan lahir dan batin, serta mampu mewujudkan rasa aman, damai bagi seluruh umat.¹⁹²

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas, telah memberikan gambaran secara jelas bahwa politik mempunyai tempat yang istimewa dalam Islam. Hal tersebut tercermin dalam ajarannya yang universal dengan tidak memisahkan masalah keduniaan dan keagamaan dengan politik. Bahkan politik dianggap sebagai wasilah atau jalan untuk meninggikan agama dan dakwah di tengah-tengah masyarakat. Hal ini juga senada dengan pendapat Ibnu Taimiyah dan Al Mawardi, politik harus digunakan untuk tujuan dan kepentingan agama (dakwah). Demikian juga dengan pemikiran Al Maududi yang disarikan oleh Katimin dalam karyanya *Politik Islam Indonesia, Membuka Tabir Perjuangan Islam Idiologis Dalam Sejarah Politik Nasional*, agama Islam merupakan rahmat bagi alam semesta yang berisikan sistem yang teratur, menyeluruh dan bersandar pada seperangkat postulat yang jelas dan pasti. Dalam kaitannya dengan hubungan antara Islam dan Negara atau dakwah dan politik, Al Maududi tidak mengakui atau membenarkan pemisahan antara agama dan Negara¹⁹³

Senada dengan pemikiran di atas, Abdullah melihat hubungan keduanya antara dakwah dan politik dalam praktek kehidupan sosial harus dipahami dan

¹⁹¹ Sofyan, *Etika Politik Islam* (Bandung: Pustaka Setia, 2012), h. 17.

¹⁹² Nata, *Metodologi Studi Islam*, h. 272

¹⁹³ <http://repository.uinsu.ac.id/eprint/5222>, Katimin, "Politik Islam Indonesia, Membuka Tabir Perjuangan Islam Idiologis Dalam Sejarah Politik Nasional", h. 33. Diakses pada tanggal 10 Nopember 2019.

digambarkan bagaikan dua sisi mata uang. Satu sama lain saling melengkapi, tidak dianggap sempurna mata uang tersebut apabila satu diantaranya tidak ada. Artinya dakwah dan politik tidak dapat dipisahkan, namun dapat dibedakan.¹⁹⁴ Hal tersebut juga menisyratkan bahwa dakwah sebagai alat politik itu adalah sesuatu yang tidak dibenarkan. Dakwah harus diposisikan pada dimensi yang bebas, tidak monopoli atau subsosial daripada lembaga atau kekuatan politik tertentu. Sebaliknya, dakwah harus menjadi bagian dari berbagai pihak: negara, organisasi, lembaga dan partai politik dalam menegakkan amar makruf nahi mungkar. Hal tersebut didasarkan pada pemikiran sejarah bahwa dakwah lebih tua usianya daripada politik dan dakwah bersifat universal.

Dakwah sebagai titah daripada Allah Swt sebaliknya. Memang tidak ada asas *naqli* yang melarang mendirikan parti politik berdasarkan agama. Niat mendirikan parti politik untuk menegakkan agama adalah sesuatu yang sah. Namun kerna berbagai kepentingan yang bersifat duniawi, politik sering kali menyimpang daripada tujuan semula. Politik dengan sifat relativismenya mudah larut pada kepentingan sesaat, terutama untuk kepentingan pemilih, sehingga keputusan politik sangat mementingkan konstituennya. Dengan kata lain, seorang ahli politik menjadi wakil daripada orang yang memilihnya. Sedangkan dalam dakwah, bukan kepentingan sasaran yang utama, tetapi nilai-nilai kebenaran yang bersumberkan Alquran dan Sunnah yang harus disampaikan.

c. Kewajiban Memilih Pemimpin Dalam Islam

Persoalan yang selalu dihadapi dalam setiap pemilihan pemimpin adalah banyaknya masyarakat yang mengambil sikap golput (golongan putih), yaitu sikap tidak ikut serta berpartisipasi dalam pemilihan pemimpin. Munculnya sikap menurut Achyar Zein (2013) diduga disebabkan oleh 3 (tiga) faktor. *Pertama*, di dalam undang-undang negara kita ditegaskan bahwa memilih pemimpin adalah hak bagi warga negara dan bukan sebagai kewajiban. Dengan demikian, jika memilih pemimpin dianggap sebagai hak bukan sebagai kewajiban berarti sah-sah saja hak tersebut tidak digunakan karena mungkin masih ada tugas lain yang lebih penting. *Kedua*, sosok yang dipilih tidak pernah membawa perubahan yang signifikan bahkan terkesan memperkaya diri sendiri. Faktor kedua inilah yang menyebabkan muncul sifat frustrasi pada sebagian masyarakat

¹⁹⁴ Abdullah, *Ilmu Dakwah*. h. 204.

sehingga siapapun yang terpilih jadi pemimpin nantinya tidak akan pernah memberikan kontribusi yang positif di dalam kehidupan masyarakat. *Ketiga*, tidak sedikit sosok pemimpin yang terpilih mengakhiri masa jabatannya di dalam penjara. Faktor ini juga memiliki dampak yang signifikan bagi masyarakat karena mereka merasa dikhianati oleh janji-janji kampanye.¹⁹⁵

Sikap golput di atas perlu disikapi secara arif dengan merujuk kembali kepada pernyataan ayat Al-Qur'an, sebagai berikut:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا. وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ. إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ. إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا.

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.¹⁹⁶

Ayat ini cukup tegas menunjukkan pandangan Alquran dalam memilih pemimpin. Ayat ini dapat dianggap sebagai referensi umat Islam untuk menegaskan suatu kewajiban dalam memilih pemimpin. Selain itu, ayat tersebut mengisyaratkan kepada orang-orang Mukmin agar memberikan amanah kepada orang-orang yang sanggup menjalankannya. Akan tetapi karena kata “amanah” di dalam ayat ini berbentuk jama’ (banyak) maka secara otomatis memilih pemimpin *include* ke dalamnya karena pemimpin adalah orang-orang yang dianggap cakap dalam menjalankan amanah.

Ayat di atas menegaskan bahwa Allah Swt menyuruh (memerintah) orang-orang Mukmin untuk memilih pemimpin yang amanah. Kalimat “*ya'murukum*” pada ayat di atas bermakna “kewajiban” karena menggunakan kata perintah secara langsung. Di dalam kaidah *ushul al-fiqh* disebutkan bahwa prinsip dasar pada “*amar*” (suruhan) adalah wajib kecuali jika ada hal-hal yang memalingkannya kepada yang lain. Penggunaan kata “*amar*” secara langsung pada ayat ini menunjukkan bahwa bobot perintah yang dikandungnya sangat tinggi sama halnya dengan kata “*wujiba*” dan “*hurrima*”. Kemudian perintah ini diawali pula dengan menggunakan huruf “*inna*” yang artinya “sesungguhnya”. Di

¹⁹⁵ Achyar Zein, www.waspadamedan.com/artikel diakses pada tanggal 3 Mei 2016.

¹⁹⁶ Q.S. An-Nisaa/4: 58.

dalam kaidah bahasa Arab, huruf “inna” ini disebut dengan “*tawkid*” yaitu huruf yang menguatkan sebuah pernyataan. Penggandengan huruf “inna” dengan penggunaan kata “amar” menunjukkan bahwa memilih pemimpin adalah kewajiban bukan sebagai hak. Oleh karena itu, separah apapun calon-calon pemimpin yang akan dipilih tidak dapat dijadikan sebagai alasan untuk tidak memilih. Karena bagaimanapun, masyarakat yang dipimpin oleh seorang yang zalim jauh lebih baik daripada masyarakat yang tidak punya pemimpin sama sekali. Kemudian penggunaan kata “ahli” tidak menunjukkan batasan-batasan tertentu kecuali hanya sebatas ideal. Artinya, jika semua calon tidak memenuhi standart ideal maka yang seharusnya dipilih adalah yang mendekati standart dimaksud. Dengan kata lain, jika semua calon adalah pencuri maka pilihlah siapa di antara mereka yang paling sedikit mencurinya.

Selain dalam teks-teks Alquran, di dalam hadis-hadis nabi Muhammad Saw juga disebutkan beberapa syarat yang harus diperhatikan bagi umat Islam ketika ingin mengangkat atau memilih seseorang pemimpin. Syarat-syarat tersebut antara lain, pemimpin harus mampu bersikap adil, memiliki bertanggung jawab dalam kepemimpinan, bersifat Quraisy,¹⁹⁷ sosok yang taat kepada Allah dan Rasul-Nya.¹⁹⁸

Mengangkat pemimpin bagi umat Islam merupakan kewajiban yang harus dilaksanakan. Keberadaannya memiliki peran yang cukup fundamental dalam kehidupan umat. Syariat Islam tidak akan tegak secara *kaffah* kecuali di bawah perlindungan sebuah kepemimpinan. Karena dalam Islam, kewajiban yang di syariatkan umat tidak hanya salat, puasa, zakat, sedekah dan sebagainya yang bisa dilakukan secara individual. Lebih daripada itu, Islam juga menuntut umatnya untuk *amar ma'ruf nahi munkar*, jihad penegakkan *hudud*, *qishash* dan lain sebagainya. Semua syariat tersebut tentu tidak mungkin diwujudkan dengan sempurna kecuali dilakukan secara berjamaah dan diarahkan oleh seorang pemimpin.

Imam At-Taftazani berkata, “Sesungguhnya Allah Swt telah memerintahkan untuk menegakkan *hudud*, menjaga perbatasan, menyiapkan pasukan untuk

¹⁹⁷ Sifat Quraisy dimaksudkan bukan berarti sosok yang berasal dari keturunan Nabi Muhammad Saw, namun lebih kepada karakter yang dimilikinya seperti halnya kaum Quraisy yaitu penuh dengan sifat kasih sayang dengan sesamanya, menepati janji jika berjanji, dan mampu berlaku adil.

¹⁹⁸ Katimin, *et. al.*, *Hadis-Hadis Politik* (Medan: Perdana Publishing, 2018), h. 40-56.

berjihad, berbagai perkara yang berkaitan dengan penjagaan aturan dan penjagaan wilayah Islam. Itu semua merupakan perkara-perkara yang tidak bisa terlaksana secara sempurna kecuali dengan keberadaan seorang Imam. Dan setiap perkara yang ketiadaannya membuat kewajiban mutlak tidak terlaksana sementara dia mampu diusahakan maka perkara itu hukumnya menjadi wajib.”¹⁹⁹

Pendapat At-Taftazani di atas selaras dengan kaidah fikih yang telah disepakati oleh para ulama, yaitu:

مَا لَا يَتِمُّ الْوَاجِبُ إِلَّا بِهِ فَهُوَ وَاجِبٌ

Segala sesuatu yang mana sebuah kewajiban tidak bisa sempurna kecuali dengan melakukannya, maka sesuatu tersebut menjadi wajib dikerjakan.

Ibn Taimiyah berpendapat bahwa mengatur urusan umat merupakan bagian dari kewajiban agama yang terpenting. Ibn Taimiyah berpandangan bahwa kesejahteraan manusia tidak dapat tercipta kecuali hanya dalam satu tatanan sosial dimana setiap orang saling bergantung pada yang lainnya. Oleh sebab itu dibutuhkan seorang pemimpin yang mengatur kehidupan sosial tersebut. Ibn Taimiyah menambahkan bahwa fungsi kepemimpinan (negara) untuk membantu agama.²⁰⁰ Besarnya nilai urgensi seorang pemimpin, Rasulullah Saw selalu memerintahkan umatnya untuk senantiasa berada dalam sebuah kepemimpinan. Bahkan ketika dalam perjalanan sekalipun, jika jumlahnya lebih dari tiga orang, beliau menganjurkan untuk mengangkat salah seorang di antara mereka sebagai pemimpin. Sebagaimana Rasulullah Muhammad Saw bersabda:

إِذَا كَانَ ثَلَاثَةٌ فِي سَفَرٍ فَلْيُؤَمِّرُوا أَحَدَهُمْ

Jika tiga orang berada dalam suatu perjalanan maka hendaklah mereka mengangkat salah seorang dari mereka sebagai pemimpin. (HR Abu Dawud)

Realitas ini kemudian oleh sebagian praktisi dakwah (dai) mencoba mencari solusi dengan ikut hadir dan terlibat dalam pemilihan umum. Tentunya bukan dalam rangka membenarkan demokrasi, namun lebih kepada kondisi yang darurat. Sehingga dalil yang sering digunakan adalah kaidah ushul fikih: *jalbu mashalih wa dar'ul mafasid* yaitu mencari maslahat dan menghindari mafsadat. Atau dalil yang lebih tegas lagi, yaitu kaidah *irtiqabu akhaffi dhorurain*: boleh

¹⁹⁹ Fahrudin, www.kiblat.net/2015/12/08/anatarapilkada dan memilih pemimpin muslim. Diakses pada tanggal 3 Mei 2016.

²⁰⁰ Muhammad Iqbal, *Pemikiran Politik Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), h. 33.

memilih kerusakan yang lebih ringan daripada harus mendapatkan kerusakan yang lebih besar.

d. Teori Elit

Teori Elit yang diungkapkan oleh Vilfredo Pareto (1848-1923), menurut Pareto bahwa dalam kehidupan sosial masyarakat terbagi dalam dua kelas atau kelompok. Kelas pertama, adalah kelas strata atas yang disebut elit. Kelas elit diklasifikasi lagi dalam dua bagian, yaitu; *governing elite* dan *non governing elite*. Kelas dua, merupakan kelas strata rendah yang disebut *non elite*.²⁰¹ Pareto lebih lanjut menegaskan seperti yang dikutip Patrick Dunleavy, mendefinisikan elit sebagai orang-orang yang mempunyai peran tertinggi dalam setiap aktivitas dan kegiatan.²⁰² Hal itu juga ditegaskan dalam “*The American Political Dictionary*” elit mempunyai arti seseorang yang melakukan kontrol dan kendali baik dalam bidang politik, ekonomi dan keputusan sosial.²⁰³

Definisi dan gambaran klasifikasi tersebut di atas memberikan justifikasi bahwa dai merupakan elit agama (*relegius elite*) yang mempunyai status tinggi dalam dalam masyarakat terlebih lagi bagi jamaahnya. Sehingga dai disebut sebagai *religious elite* yang berposisi sebagai *non governing elite*, yang ikut terlibat baik aktif maupun pasif dalam perebutan kekuasaan politik di tingkat lokal.²⁰⁴

Dai sebagai pemimpin keagamaan, figurnya dicitrakan sebagai orang yang bersih dari kepentingan (*free from value*) terutama dari hal-hal duniawi, menjadi panutan dalam tindakan dan perilakunya di mata umat serta diyakini sebagai pewaris ajaran Nabi. Para dai dengan kelebihan pengetahuannya dalam agama Islam seringkali dilihat sebagai orang yang senantiasa memahami keagungan Tuhan dan rahasia alam, sehingga mereka dianggap memiliki kedudukan yang tidak terjangkau terutama oleh orang awam.²⁰⁵

²⁰¹ S.P. Varma, *Modern Political Theory A Critical Survey* (India: Vicas Publishing House Pvt Ltd, 1975), h. 228.

²⁰² Patrick Dunleavy and Brendan O’leary, *Theories Of The State The Politics Of Liberal Democracy* (London: Macmilan Education Ltd, Hounmills, Basingstoke, Hampshire RG21 2xS, 1991), h, 136.

²⁰³ Jack C. Planoad Milton Greenberg, *The American Political Dictionary* (USA: Harcourt College Publisher, 2002), h. 84.

²⁰⁴ Zainuddin Syarif, “Dinamika Politik Dai Dan Santri Dalam Pilkada Pamekasan” (Disertasi- IAIN Sunan Ampel, Surabaya, 2010), h. 9.

²⁰⁵ Zamakhsyari Dhofier, *Tradisi Pesantren, Studi tentang Pandangan Hidup Kyai* (Jakarta: LP3ES, 1984), h. 55-57.

Peranan penting seorang dai dalam kehidupan beragama di masyarakat, tidak dapat dilepaskan dari ajaran-ajaran agama sebagai pedoman hidup masyarakat. Dari realitas sosial inilah, diakui atau tidak, sosok dai memiliki *power* serta otoritas yang cukup tinggi untuk memengaruhi massa.²⁰⁶ Bahkan hingga waktu tertentu, seorang dai telah menjadi sebuah alat atau kekuatan politik tertentu dan untuk kepentingan politik tertentu.²⁰⁷ Asumsi ini diperkuat dengan adanya fakta yang terjadi selama ini. Pemilu misalnya, setiap partai maupun kontestan peserta pemilu, mencoba memanfaatkan dai sebagai juru kampanye dalam rangka membangun pencitraan politik untuk meningkatkan perolehan suara partainya maupun kandidat yang diusung pada pemilihan umum.

Keterlibatan dan peran dai dalam dunia politik yang sering di sebut wilayah “abu- abu” itu, menjadi menarik bukan hanya untuk diperbincangkan tetapi juga untuk dipertanyakan; “Gerakan moral, atau Politik?” dua pertanyaan bertolak belakang di atas, masih menunggu jawaban atas semakin banyaknya dai yang merangkap jabatan yaitu, sebagai sosok yang fokus dalam mewujudkan tatanan kehidupan yang Islami, atau menjadi politisi maupun terlibat dalam politik praktis pada pemilihan umum. Hal itu yang kemudian menjadi persoalan di tengah masyarakat ketika dai begitu dekat dengan politik, sebagian masyarakat berpendapat bahwa seharusnya dai fokus pada kegiatan dakwah Islam semata untuk membina keimanan masyarakat dan tidak terlibat di dalam ranah politik praktis. Namun pandangan sebagian yang lain membenarkan keterlibatan dai dalam politik untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi politik masyarakat khususnya dalam pemilihan umum.

e. Teori Dramaturgi

Manusia sebagai makhluk sosial, senantiasa berinteraksi dengan orang lain dan lingkungan sekitarnya. Interaksi dilakukan dengan menggunakan bahasa, simbol atau lambang sebagai penghubungnya dan itulah yang disebut dengan komunikasi. Berkomunikasi berarti bertukar simbol dan makna oleh masing-masing pihak yang terlibat dan pada akhirnya membentuk sikap dan perilaku satu dengan lainnya. Seperti dikutip Benedictus A.S dari John Stewart menegaskan,

²⁰⁶ Mien Ahmad Rifai, *Manusia Madura: Pembawaan, Prilaku, Etos Kerja* (Yogyakarta: Pilar Media, 2007), h. 108.

²⁰⁷ Edi Susanto, “Revitalisasi Nilai Luhur Tradisi Lokal Madura” dalam *Karsa Jurnal Studi Keislaman* Vol. XII No. 2, h. 101.

bahwa suatu komunikasi antar manusia ditujukan untuk mendapatkan kualitas dari komunikasi (*quality of communication*) yang nantinya akan berdampak pada kualitas hidup individu (*quality of life*). Hal yang dikemukakan oleh Stewart ini menggambarkan bahwa suatu komunikasi yang berhasil adalah komunikasi yang bisa membuat individu menjadi seseorang (*as a person*). Artinya, melalui komunikasi yang terjalin baik, seseorang dapat menjadi lebih berkualitas secara pribadi, sehingga dengan kualitas yang dihasilkan diharapkan hubungan komunikasi terus terjalin.²⁰⁸

Berdasarkan pemikiran George Herbert Mead (1934) mengungkapkan bahwa kehidupan sosial dapat dipahami sebagai sebuah proses dan setiap kejadian selalu mengandung waktu lampau, sekarang dan yang akan datang. Menurutnya bahwa setiap kejadian memiliki implikasi yang terus menerus pada pembaruan, kebersamaan dan kesepakatan. Hal ini menunjukkan bahwa sebuah realitas sosial dapat dipahami sebagai interaksi simbolik. Selanjutnya menurut Mead, negosiasi merupakan unsur mutlak dari kehidupan sosial, sehingga untuk itu manusia harus bekerjasama disegala bidang kehidupan.²⁰⁹

Berdasarkan pemikiran Mead di atas menunjukkan bahwa komunikasi politik dapat dipahami sebagai hasil dari kesepakatan (negosiasi) antarwarga masyarakat atau dengan pemerintah yang berkuasa. Proses negosiasi tersebut dapat dipahami dengan teori dramatik (*dramatistic theory*) yang dikemukakan oleh Kenneth Burke. Menurut teori ini, keseluruhan yang ada di dunia adalah panggung sandiwara, hal ini menunjukkan bahwa orang yang berpolitik, berpidato politik, melakukan hubungan diplomatik dan sebagainya sesungguhnya dapat dilihat sebagai drama komunikasi dan syarat dengan tujuan politik tertentu. Pandangan ini juga dikuatkan oleh David K Berlo, bahwa komunikasi pada dasarnya adalah permainan sosial (*social game*) yang melibatkan para pemain, dengan hasil, peraturan atau aturan main. Berdasarkan hal tersebut komunikasi manusia menunjukkan dimensi yang kompleks dalam proses interaksi dengan sesamanya.²¹⁰

Seseorang dalam interaksi akan senantiasa berusaha untuk diterima oleh

²⁰⁸ Benedictus A.S, "Konstuksi Diri dan Pengelolaan Kesan Pada Ruang Rill dan Ruang Virtual" dalam *Jurnal Aspikom*, Volume 1, Nomor 1, h. 28.

²⁰⁹ Henry Subiakto dan Rahmah Ida, *Komunikasi Politik, Media dan Demokrasi* (Jakarta: Prenada Media Group, 2012), h. 11.

²¹⁰ *Ibid*, h. 12.

lingkungan sosialnya. Sering kali interaksi yang dilakukan dapat dilihat sebagai sebuah pertunjukan drama atau teater, agar komunikasi yang dilakukan menghasilkan efek yang diharapkan. Melanjutkan pemikiran di atas untuk menjelaskan komunikasi politik sebagai sebuah proses yang dinamis, maka salah satu teori untuk melihat proses interaksi sesama manusia tersebut adalah teori dramaturgi yang diperkenalkan oleh Erving Goffman. Erving Goffman dalam bukunya *The Presentation of Everyday Life* (1959) mengatakan bahwa dramaturgi adalah sebuah teori dasar tentang bagaimana individu tampil di dunia sosial. Goffman memusatkan perhatiannya pada interaksi tatap muka atau kehadiran bersama (*co-presence*). Individu dapat menyajikan suatu “pertunjukan” apapun bagi orang lain, namun kesan (*impression*) yang diperoleh orang banyak terhadap pertunjukan itu bisa berbeda-beda. Seseorang bisa sangat yakin terhadap pertunjukan yang diperlihatkan kepadanya, tetapi bisa juga bersikap sebaliknya.²¹¹

Teori Dramaturgi adalah teori yang menjelaskan bahwa interaksi sosial dimaknai sama dengan pertunjukan teater atau drama di atas panggung. Manusia adalah aktor yang berusaha untuk menggabungkan karakteristik personal dan tujuan kepada orang lain, melalui pertunjukan dramanya sendiri.²¹² Untuk mencapai tujuan manusia akan mengembangkan perilaku-perilaku yang mendukung perannya. Identitas manusia tidak stabil dan identitas merupakan bagian dari kejiwaan psikologi mandiri. Identitas dapat berubah tergantung interaksi dengan orang lain. Menurut Ritzer pertunjukan drama seorang aktor drama kehidupannya juga harus mempersiapkan kelengkapan pertunjukan, antara lain setting, kostum, penggunaan kata (dialog) tindakan non verbal lain. Tujuannya untuk meningkatkan kesan yang baik pada lawan interaksi dan meluluskan jalan mencapai tujuan.

Dramaturgi yang dicetuskan Goffman merupakan pendalaman konsep interaksi sosial, yang lahir sebagai aplikasi atas ide-ide individual yang baru dari peristiwa evaluasi sosial ke dalam masyarakat kontemporer. Berikut beberapa pendapat kalangan interaksi simbolik yang dapat menjadi pedoman pemahaman, yaitu: Manusia berbeda dari binatang karena manusia ditopang oleh kemampuan

²¹¹ Edi Santoso, *et.al., Teori Komunikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h. 47

²¹² Suko Widodo, *Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial* (Malang: Aditya Media Publishing, 2010), h.167.

berpikir, kemampuan berpikir dibentuk melalui interaksi sosial, dan dalam interaksi sosial orang mempelajari makna dan simbol. Makna dan simbol memungkinkan orang melakukan tindakan dan interaksi khas manusia. Orang mampu mengubah makna dan simbol yang mereka gunakan dalam tindakan dan interaksi berdasarkan tafsir mereka terhadap situasi.²¹³

Asumsi dari Teori Dramaturgi dalam Supardan (2011) menyatakan bahwa Goffman tidak berupaya menitik beratkan pada struktur sosial, melainkan pada interaksi tatap muka atau kehadiran bersama (*co-presence*). Menurutnya interaksi tatap muka itu dibatasinya sebagai individu yang saling memengaruhi indakan-tindakan mereka satu sama lain ketika masing-masing berhadapan secara fisik. Begitu pula dengan interaksi yang dilakukan oleh satu pengguna dengan pengguna lain di media sosial.²¹⁴

Goffman membagi kehidupan manusia dengan istilah panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) dan bagian dimana aktor tidak melakukan apa-apa (*off stage*). Mengutip penjelasan Lely Arrianie, *front stage* adalah bagian tempat peristiwa sosial yang memungkinkan individu menampilkan peran formal atau bergaya layaknya aktor yang berperan. Wilayah ini disebut panggung depan, karena yang ditonton oleh khalayak. Sedangkan *back stage* adalah tempat untuk mempersiapkan perannya di wilayah depan. Wilayah ini disebut sebagai panggung belakang, karena merupakan kamar rias yang menjadi tempat pemain sandiwara bersantai, mempersiapkan diri atau berlatih untuk memainkan perannya di panggung depan. Sedangkan *off stage* adalah bagian dimana aktor tidak melakukan pertunjukan dan interaksi dengan siapapun.²¹⁵

Aktivitas politik yang dilakukan para politisi maupun aktor politik lainnya yang terlibat dalam pencitraan politik menunjukkan bahwa dirinya ingin dikenal oleh orang lain, dan ia ingin mempersentasikan dirinya sebagai orang yang diterima masyarakat serta diikuti pesan yang disampaikan .hal itu menunjukkan, layaknya seorang aktor panggung sandiwara, pelaku memerlukan pementasan

²¹³ *Ibid.* h. 168.

²¹⁴ Dadang Supardan, *Pengantar Ilmu Sosial: Sebuah Kajian Pendekatan Struktural* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011), h. 158.

²¹⁵ Lely Arrianie, *Komunikasi Politik; Politisasi dan Pencitraan di Panggung Politik* (Bandung: Widya Padjajaran, 2010), h. 35.

yang kadang-kadang tidak sesuai dengan karakternya, agar bisa diterima oleh orang lain. Pada wilayah depan itulah para pemain memiliki kesempatan untuk menciptakan *image* atas pertunjukannya yang skenarionya sudah diatur sedemikian rupa dan berbeda jauh dengan apa yang ada di wilayah belakang. Pada bagian lain dari penampilan individu yang secara teratur berfungsi secara umum dan tetap untuk mendefinisikan situasi bagi mereka yang menyaksikan penampilan tersebut. Bahkan seperti yang diungkapkan Syam, selama berlangsungnya permainan sandiwara, seorang aktor harus mampu mempertahankan *performance*-nya agar mempertahankan ilusi kebenaran dan menghindarkan kemungkinan keluarnya dari peran. Dalam beberapa hal, individu yang mempersentasikan dirinya terhadap pihak-pihak lain, bukan saja bertindak sebagai aktor, tetapi sekaligus manajer panggung dan sebagai *designer*.²¹⁶

Berdasarkan teori dramaturgi tersebut telah memberikan gambaran bahwa kegiatan pencitraan politik yang dilakukan merupakan sebuah pertunjukan drama dengan berbagai peran yang ditampilkan untuk tujuan-tujuan tertentu yang ingin dihasilkan. Demikian halnya dengan peran-peran yang telah dimainkan dai pada panggung politik kandidat pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015 syarat dengan berbagai kepentingan dan tujuan politik tertentu.

E. Pemilihan Kepala Daerah

a. Membangun Demokrasi Lokal

Demokrasi dipahami sebagai pemerintahan *dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat*, hal tersebut menunjukkan bahwa dalam negara demokrasi, rakyat merupakan pemegang saham mayoritas (sumber) dalam menentukan kebijakan suatu negara. Demikian halnya dengan Indonesia yang menganut sitem demokrasi yang berdasarkan Pancasila, kendati dalam prakteknya Demokrasi Pancasila dalam kurun waktu 1945 sampai 1998 terus mengalami pasang surut. Bidiardjo (2008) menyebutkan perkembangan demokrasi pancasila dari waktu ke waktu dapat dilihat dari empat masa yaitu : Periode 1945-1959 disebutkan sebagai masa demokrasi (konstitusional) yang lebih menonjolkan peranan parlemen serta partai-partai, yang karena itu disebut sebagai demokrasi parlementer. Periode 1959-1965, yaitu masa demokrasi terpimpin, yang dalam banyak aspek telah menyimpang dari demokrasi yang konstitusional. Periode 1965-1998, yaitu masa

²¹⁶ Nina W. Syam, *Sosiologi Komunikasi* (Bandung: Humaniora, 2009), h. 141.

demokrasi pancasila (orde baru) yang merupakan demokrasi konstitusional yang menonjolkan sistem presidensial, dan kemudian menjadi demokrasi otoriter. Periode 1998 - sekarang, yaitu masa reformasi yang menginginkan tegaknya demokrasi yang lebih baik di Indonesia dan sebagai koreksi bagi demokrasi di masa orde baru.²¹⁷

Semangat reformasi 1998 telah membawa perubahan yang mendasar dalam sistem pemerintahan, yang dapat dilihat dihapuskannya sistem sentralisasi menjadi desentralisasi dan otonomi daerah yang luas merupakan upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat di daerah. Khusus pada sistem politik, mengarah pada penguatan demokrasi rakyat yang sesungguhnya, dimana rakyat diberi kekuasaan penuh untuk menentukan pemimpin secara langsung, yang ditandai dengan pemilihan Presiden dan Wakil Presiden pada tahun 2004 secara langsung. Proses inilah yang dimaksud oleh Huntington, bahwa demokrasi di Indonesia bagai ombak yang terus bergulung, memuncak dan terus memuncak lagi. Sehingga akhirnya bangsa Indonesia akan mampu mencapai pada konsep demokrasi yang ideal.²¹⁸

Pilkada langsung merupakan sebuah upaya penguatan demokrasi di tingkat lokal, sehingga ukuran kualitas demokrasi sangat ditentukan oleh berkualitas tidaknya proses rekrutmen (pemilu) para wakil dan pemimpin rakyat. Senada dengan hal itu, Tip O'Neill dalam suatu kesempatan ia menyebutkan "*all politics is local*" yang selanjutnya dimaknai, bahwa demokrasi di tingkat nasional akan tumbuh berkembang dengan mapan serta dewasa apabila pada tingkat lokal (daerah) nilai-nilai demokrasi berakar dengan baik terlebih dahulu.²¹⁹

Sistem pilkada langsung telah diyakini mampu membuka akses peningkatan kualitas demokrasi di tingkat lokal. Namun hal itu tentunya akan berjalan dengan baik jika dilaksanakan dengan prinsip transparansi anggaran, akomodasi kepentingan-kepentingan masyarakat dalam pengambilan keputusan atau PERDA, peningkatan kapasitas pemerintahan daerah dalam melaksanakan urusan/tanggung jawabnya yang berhubungan dengan peningkatan kualitas pelayanan-pelayanan publik (*protective, public service, development*) dan

²¹⁷ Budiardjo, *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, h. 127-128.

²¹⁸ Upe, *Sosiologi Politik Kontemporer*, h. 55.

²¹⁹ Leo Agustino, *Pilkada Dan Dinamika Politik Lokal* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 17.

sebagainya. Selain itu, kualitas penguatan demokrasi lokal juga turut dipengaruhi oleh; kualitas anggota DPRD, sistem rekrutmen DPRD yang kompetitif, selektif, akuntabel dan berkeadilan, berfungsinya partai politik di daerah, pemilih yang kritis dan rasional, kebebasan dan konsistensi pers, LSM yang solid, dan keberdayaan masyarakat madani.²²⁰

Leo Agustino (2009) menyebutkan beberapa catatan penting dalam upaya mewujudkan penguatan hingga pemberdayaan demokrasi di tingkat lokal dalam proses pilkada langsung, yaitu: (1) Melalui pilkada langsung penguatan demokratisasi di tingkat lokal dapat terwujud, khususnya yang berkaitan dengan pembangunan legitimasi politik, (2) Melalui pilkada langsung akuntabilitas lokal akan lebih mudah terwujud, dimana pemimpin daerah yang dipilih melalui pilkada langsung akan terdorong untuk mempertanggung jawabkan kepemimpinannya kepada masyarakat, khususnya konsituen yang memilihnya, (3) Melalui pilkada langsung mekanisme *cheks and balances* akan berjalan dengan baik, (4) Melalui pilkada langsung mampu mendorong partisipasi politik masyarakat secara luas.²²¹

Dalam pandangan sosiologi politik pelaksanaan pilkada langsung diyakini akan berimplikasi pada perubahan perilaku politik pemilih/masyarakat, yang kemudian diharapkan dapat menyentuh aspek pemilih yang meliputi: (1) Pendidikan Politik, Pilkada langsung memberikan pemahaman politik kepada masyarakat, (2) Kancah Politik (*training ground*) dan pengembangan demokrasi, (3) Sebagai persiapan karier lanjutan, yaitu prospek bagi pemimpin politik di tingkat lokal, (4) Membangun stabilitas politik dan mencegah separatisme, yaitu dengan meningkatnya partisipasi politik formal dapat meningkatkan kepercayaan politik, (5) Kesetaraan politik, yaitu masyarakat di daerah mempunyai hak dan kewajiban yang sama dalam politik, (6) Akuntabilitas publik dan peningkatan kepekaan elite terhadap kebutuhan masyarakat.²²²

Pilkada langsung dipandang sebagai penguatan demokrasi lokal, disisi lain pilkada langsung merupakan jalan keluar terbaik untuk mencairkan kebekuan demokrasi yang terjadi lama dimasa orde baru. Dalam hal ini, kekuatan pilkada langsung terletak pada pembentukan dan implikasi legitimasinya. kepala daerah

²²⁰ Joko J. Prihatmoko, *Mendemokratiskan Pemilu* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), h. 162.

²²¹ Agustino, *Pilkada Dan Dinamika*, h. 9-11.

²²² Upe, *Sosiologi Politik Kontemporer*, h. 47.

membutuhkan legitimasi langsung dari rakyat, sehingga memiliki kekuatan yang seimbang dengan parlemen di daerah (DPRD). Sehingga mekanisme *checks and balances* niscaya akan bekerja, dan kepala daerah dalam kepemimpinannya dapat mengoptimalkan peran dan fungsi pemerintahan daerah.²²³

b. Dasar Hukum Pelaksanaan Pilkada Langsung

Pelaksanaan pilkada langsung lahir sebagai koreksi terhadap sistem pilkada melalui perwakilan (DPRD) sebagaimana yang diamanatkan UU No. 22 Tahun 1999, dimana kepala daerah hanya dipilih oleh segelintir orang-orang yang dipilih melalui proses pemilihan umum dan merupakan perpanjangan tangan-tangan partai politik. Sistem pemilihan kepala daerah tersebut dianggap tidak merepresentasikan keinginan rakyat sebagai pemegang kedaulatan dalam menentukan pemimpin-pemimpin daerah.

Prihatmoko, (2008) menyebutkan, bahwa pemilihan kepala daerah di Indonesia telah dilakukan dengan tiga jenis sistem, yaitu: Pertama, sistem penunjukan/pengangkatan langsung oleh pemerintah pusat didasarkan pada (masa kolonial belanda, jepang – UU No. 27 Tahun 1902), UU No. 22 Tahun 1948; Penetapan Presiden No. 6 Tahun 1959 *junto* Penetapan Presiden No. 5 Tahun 1960. Sistem ini mengandung unsur subjektivitas dan diskriminasi yang tinggi dan syarat dengan KKN (Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme). Penelitian Sutherland menunjukkan, pada tahun 1930, dari 75 orang bupati 30 yang menggantikan ayahnya, 3 orang menggantikan mertuanya, 24 orang berasal dari kabupaten lain, dan hanya 18 orang yang tidak mempunyai pertalian kekeluargaan dengan seorang bupati dari garis kakek atau ayah mertua.²²⁴

Kedua, sistem pemilihan semu didasarkan pada UU No. 4 Tahun 1975, sistem ini menunjukkan bahwa pemilihan kepala daerah ditentukan sepenuhnya oleh pejabat Jakarta, khususnya pejabat Departemen Dalam Negeri (Depgadri) untuk pengisian jabatan walikota, bupati, sekretaris daerah, dan kepala dinas di propinsi. Sementara untuk jabatan gubernur ditentukan oleh Depdagri, Mabes TNI, dan Sekretaris Negara. Data Depgadri tahun 1994 menunjukkan 127 orang bupati/walikota berasal dari ABRI, dan yang berasal dari sipil sebanyak 171

²²³ Prihatmoko, *Mendemokratiskan Pemilu*, h. 165.

²²⁴ *Ibid*, h. 158-161.

orang. Komposisi jumlah bupati/walikota yang berasal dari ABRI semakin bertambah jumlahnya sampai kejatuhan rezim orde baru.

Ketiga, sistem pemilihan perwakilan didasarkan pada UU No. 22 Tahun 1999 dan PP No. 151 Tahun 2000, sistem ini menunjukkan bahwa pemilihan kepala daerah melalui pemilihan DPRD. Dalam prakteknya sistem ini marak dengan kasus *money politics* dan intervensi partai politik. Sistem berdasarkan UU No. 22 Tahun 1999 dan PP No. 151 Tahun 2000 ini digambarkan sebagai kemandekan atau kebekuan demokrasi. Dalam prakteknya kepala daerah sangat tunjuk kepada DPRD, dan lebih berorientasi dan mementingkan kepentingan anggota DPRD dari pada masyarakat luas.

Pelaksanaan pemilihan kepala daerah secara langsung telah bergulir untuk pertama kali di Indonesia sejak tahun 2005 sampai sekarang (tahun 2010). Payung hukum dilaksanakannya pilkada langsung didasarkan pada UU No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, yang ditandatangani Presiden Megawati tanggal 15 Oktober tahun 2004. Selanjutnya untuk mendukung pelaksanaan pilkada langsung ditingkat teknis, pemerintah pusat kemudian mengeluarkan Peraturan Pemerintah No. 6 Tahun 2005 tentang Pemilihan, Pengesahan, Pengangkatan, dan Pemberhentian Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah, dan Peraturan Pemerintah No. 17 Tahun 2005 tentang Perubahan Pertama atas PP No. 6 Tahun 2005, Peraturan Pemerintah No. 25 Tahun 2005 tentang Perubahan Kedua atas PP No. 6 Tahun 2005.

c. Tahapan Pelaksanaan Pilkada Langsung

Sesuai ketentuan Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah (seperti tersebut di atas), tahapan pilkada langsung di bagi menjadi dua tahap, yang terdiri dari (a) Tahap persiapan, (b) Tahap pelaksanaan.²²⁵

Tahap persiapan pilkada langsung meliputi; DPRD menyampaikan pemberitahuan kepada kepala daerah maupun Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) mengenai berakhirnya masa jabatan kepala daerah, selanjutnya kepala daerah berkewajiban untuk menyampaikan laporan penyelenggaraan pemerintahan daerah kepada pemerintah dan laporan keterangan pertanggungjawaban (LKPj) kepada DPRD, selanjutnya KPUD menyusun dan menetapkan rencana penyelenggaraan pemilihan kepala daerah dan jadwal

²²⁵ Agustino, *Pilkada Dan Dinamika*, h. 81-82.

tahapan pilkada, membentuk panitia pemilihan kecamatan (PPK), panitia pemungutan suara (PPS), dan kelompok penyelenggara pemungutan suara (KPPS) serta pemberitahuan dan pendaftaran pemantau, selanjutnya DPRD membentuk Panitia Pengawas pemilihan yang unsurnya terdiri dari kepolisian, kejaksaan, perguruan tinggi, pers, dan tokoh masyarakat.

Tahap pelaksanaan pilkada langsung meliputi; Penetapan daftar pemilih, pengumuman dan penetapan pasangan calon, kampanye, masa tenang, pemungutan suara, perhitungan suara, penetapan pasangan calon terpilih, pengusulan pasangan calon terpilih dan pengesahan serta pelantikan calon terpilih.

F. Kerangka Konsep

Fenomena komunikasi politik di Indonesia pasca reformasi 1998 berkembang sedemikian pesatnya yang ditandai dengan dibukanya kebebasan dalam politik dan menyampaikan aspirasi. Sehingga memicu semangat berdirinya berbagai partai politik yang didasarkan pada kepentingan-kepentingan untuk berkuasa dan terlibat dalam arus kekuasaan. Fenomena komunikasi politik semakin meningkat sampai tingkat daerah di seluruh wilayah Indonesia sejak di keluarkannya undang-undang Nomor 34 tahun 2005 tentang pemilihan kepala daerah secara langsung, hal ini mendorong arus komunikasi politik terjadi secara dinamis di berbagai daerah dalam ranah suksesi kepemimpinan di tingkat lokal.

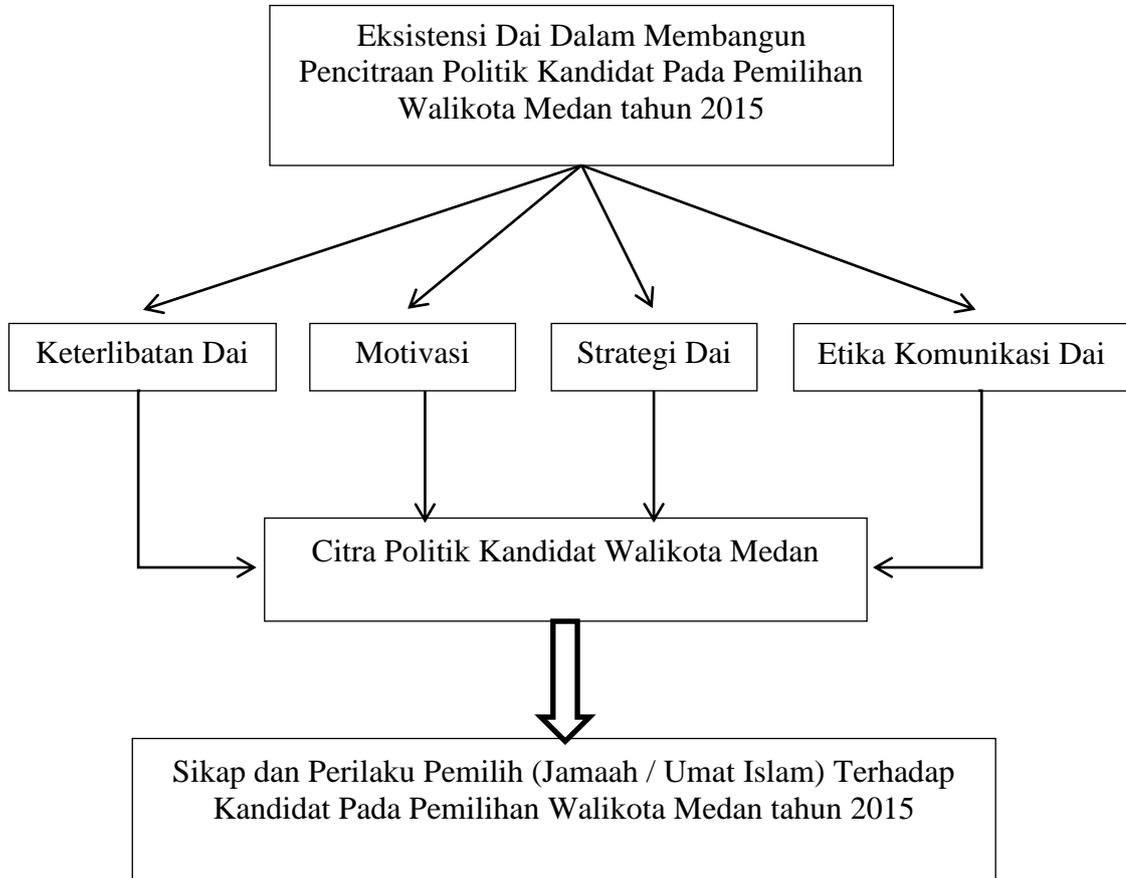
Perhelatan politik kekuasaan di tingkat lokal tersebut memicu berbagai kelompok di masyarakat untuk terlibat secara langsung dalam menentukan kepala daerah, baik itu gubernur, bupati maupun walikota. Dalam hal ini, komunikasi politik yang terjadi tidak hanya bersumber dari elit-elit politik dan pemerintahan semata, namun elit-elit keagamaan juga mengambil peran tersendiri yang turut berpartisipasi mensukseskan pemilihan kepala daerah secara langsung. Salah satu elit yang tidak pernah luput dalam perhelatan politik lokal di daerah adalah dai.

Fenomena pemilihan kepala daerah di Kota Medan pertama kali dilaksanakan pada tahun 2005, kemudian yang kedua dilaksanakan pada tahun 2010 dan yang ketiga dilaksanakan tahun 2015. Suksesi lima tahunan tersebut di Kota Medan menunjukkan dai terlibat secara terbuka dan aktif dalam melakukan kegiatan komunikasi politik dan pencitraan politik yang bertujuan untuk kepentingan politik kandidat. Keterlibatan dai dalam mendukung dan mensukseskan kandidat Walikota Medan tahun 2015 merupakan sebuah fenomena

yang menarik untuk diungkap dan dijelaskan secara konferhensif dalam pendekatan komunikasi politik.

Keterlibatan dai dalam pemilihan Walikota Medan tahun 2015 tersebut secara sederhana dapat digambarkan dalam bentuk kerangka konsep sebagai berikut:

Gambar 3
Kerangka Konsep



G. Kajian/ Penelitian Terdahulu

Kajian tentang komunikasi politik dan pencitraan politik semakin berkembang dan telah menjadi perhatian berbagai kalangan khususnya bagi kelompok akademisi dan juga praktisi politik. Harus diakui bahwa efek dari reformasi 1998 telah membawa perubahan besar terhadap pola dan dinamisasi komunikasi politik yang terjadi pada level pusat sampai ke daerah diseluruh Indonesia. Ditambah lagi dengan semangat di sahkannya UU No. 32 tahun 2004 tentang Pemilihan Kepala Daerah yang mensyaratkan dilakukan secara langsung pada tingkat propinsi, kabupaten dan kota di seluruh Indonesia. Kondisi tersebut telah mendorong meningkatnya arus komunikasi politik yang berlangsung secara dinamis di seluruh wilayah di Indonesia. Hal tersebut juga turut memengaruhi terbitnya karya-karya ilmiah berupa buku, jurnal dan penelitian.

Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan eksistensi dai dalam membangun pencitraan politik kandidat pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015 adalah sebagai berikut:

Penelitian disertasi yang ditulis oleh Erwan Efendi dengan judul *Pengaruh Pencitraan Surat Kabar dan Religiusitas Terhadap Penentuan Pilihan Pemilih Dalam Pemilihan Kepala Daerah Sumatera Utara tahun 2013*. Erwan pada penelitiannya fokus melihat pengaruh pencitraan pada surat kabar dan religiusitas calon terhadap keinginan pemilih untuk memilih calon kepala daerah di Sumatera Utara. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan hasil penelitiannya menunjukkan, bahwa pencitraan surat kabar tidak signifikan memengaruhi penentuan pilihan pemilih dalam pemilihan kepala daerah di Sumatera Utara dan yang lebih mempengaruhi sikap pemilih adalah religiusitas calonnya. Pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor religiusitas calon kepala daerah sangat memengaruhi sikap dan perilaku pemilih daripada pencitraan yang dilakukan melalui surat kabar. Sementara penelitian yang akan dilakukan peneliti akan mengungkap pencitraan politik yang dilakukan dai dalam membangun citra kandidat pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015. Setidaknya, ada benang merah yang terlihat dengan penelitian sebelumnya yaitu terkait dengan nilai-nilai religius yang ditampilkan dalam proses kegiatan pencitraan politik.

Penelitian disertasi yang ditulis Anang Anas Azhar dengan judul, *Strategi Pencitraan Politik Partai Amanat Nasional (PAN) Dalam Menarik Simpati Masyarakat di Propinsi Sumatera Utara tahun 2005-2015*. Penelitiannya terfokus pada: (1) Bagaimanakah perkembangan PAN Sumatera Utara dan pencitraan politik yang dilakukan untuk menarik simpati masyarakat tahun 2005–2015?. (2) Apakah pencitraan politik yang dilakukan Partai Amanat Nasional (PAN) berhasil menarik simpati masyarakat di Provinsi Sumatera Utara tahun 2005 – 2015?. (3) Bagaimanakah model pencitraan politik yang dapat mempengaruhi simpati masyarakat Sumatera Utara?. Hasil penelitiannya menunjukkan pencitraan politik yang dilakukan Partai Amanat Nasional (PAN) telah berhasil menarik simpati masyarakat Sumatera Utara tahun 2005-2015. Pencitraan itu dilakukan dengan menggunakan strategi komunikasi politik yang sangat bervariasi. Dengan demikian elektabilitas perolehan suara PAN bisa meningkat. Selain itu DPW PAN Sumatera Utara melakukan pencitraan politik lewat penggunaan saluran

komunikasi massa, komunikasi interpersonal, komunikasi luar ruangan, komunikasi kelompok.

Penelitian yang dilakukan Azhar tersebut menunjukkan bahwa pencitraan politik telah dilakukan dengan baik melalui pemilihan beberapa strategi komunikasi politik yang dianggap efektif dalam meningkatkan perolehan suara PAN dalam pemilu legislatif di Sumatera Utara. Azhar telah mengungkapkan strategi komunikasi politik PAN sebagai sebuah organisasi politik yang melibatkan berbagai kekuatan politik partai yang meliputi kekuatan atau struktur organisasi, para elit politik (calon-calon anggota legislatif dan tokoh politik PAN) yang turut membangun pencitraan PAN di masyarakat Sumatera Utara melalui berbagai bentuk komunikasi politik yang dilakukan. Secara khusus, penelitian tersebut telah mengungkap sisi keberhasilan elit politik PAN dalam melakukan pencitraan politik di tengah masyarakat Sumatera Utara.

Pada penelitian ini, peneliti mengambil sisi khusus terkait dengan keterlibatan dai dalam politik pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015. Dai sebagai elit di masyarakat ternyata tidak sekedar melakukan aktivitas dakwah semata namun telah terlihat aktif dalam kegiatan pencitraan politik kandidat Walikota Medan Tahun 2015.

Penelitian disertasi yang dilakukan oleh H. Tb. Iman Ariyadi, 2011 dengan judul *Peran Kiai Dalam Pemilihan Gubernur Banten tahun 2011*. dalam penelitiannya Iman menjelaskan bahwa kiai dalam Pilgub Banten 2011 berperan sebagai pemberi legitimasi, fasilitator dan pelobi. Kiai dalam Pilgub Banten menjadi juru kampanye dan penggerak massa, serta tim pengaduan dan pendampingan. Dari hasil temuan Iman, menyebutkan bahwa keterlibatan kiai dalam politik dipengaruhi oleh faktor pendorong yaitu: faktor persepsi teologis, faktor dominasi subkultur jawara, faktor politik, faktor historis dan ideologis, faktor kekerabatan dan hubungan guru-murid, serta faktor penarik yang bersumber pada kepentingan pragmatis-opurtunis para Kiai.

Penelitian Ariyadi tersebut telah mengungkap bahwa kiai memiliki pengaruh signifikan dalam pemilihan gubernur Banten. Eksistensinya masih sangat diakui dan menjadi legitimasi politik bagi masyarakat di Propinsi Banten. Penelitian yang akan dilakukan peneliti juga ingin mengungkap hal yang sama terkait eksistensi di masyarakat Kota Medan.

Penelitian yang dilakukan oleh Faisal Riza (2011), *The Involment Of Ulama In The Medan Mayoral Election Of 2010*. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa pola keterlibatan ulama dan organisasi keagamaan dalam pemilu 2010 ini terpolarisasi ke dalam beberapa bentuk. Beberapa ulama bekerja sama dengan pemerintah untuk mewujudkan stabilitas politik selama pemilu dengan mendorong budaya politik yang damai dan harmonis. Dalam Konteks ini kontribusi ulama dalam hal ini dianggap masyarakat sebagai hal yang positif. Namun, ada beberapa ulama yang mendukung calon tertentu, dan bekerja untuk mempengaruhi pilihan masyarakat. Kemudian, mereka menggunakan organisasi agama mereka dan kolektif sebagai alat pengumpulan suara. Dalam konteks ini kontribusi ulama dianggap suatu yang negatif. Mereka dianggap menciptakan ketidakstabilan dan perpecahan di antara masyarakat. Akibatnya, mereka tidak lagi populer di masyarakat. Ulama yang terlibat dalam politik pemilihan yang dianggap berkurang pada kesalehan, dan tercemar dengan kepentingan politik sementara.

Penelitian yang dilakukan oleh Reza tersebut telah menjelaskan posisi ulama di mata masyarakat yang terkait dengan keterlibatan ulama dalam politik. Sementara pada penelitian ini, peneliti ingin mengungkap lebih dalam terkait dengan keterlibatan dan motivasi dai terlibat dalam pilkada Kota Medan pada tahun 2015.

Penelitian yang dilakukan oleh Ziaulhaq tahun 2015 dengan judul *Politik Kaum Zikir Pada Pilkada Kota Medan (Studi Kasus Majelis Zikir Thutmainah Mzt) 2015*. Temuan penelitian ini menjelaskan bahwa ritual politik yang dilakukan MZT dengan melakukan ritual membaca “yasin 41” yang dilakukan dalam awal proses pemilihan hingga akhir pemilihan. Kemudian, MZT juga terlibat sebagai marketing politik dengan posisi sebagai penasehat spiritual dan konsultan politik. Secara praktis, marketing politik MZT dilakukan dengan kampanye “tersembunyi” dan “kampanye terbuka”. Temuan lainnya, menegaskan praktek politik yang dilakukan MZT adalah politik merek sufisme dengan berupaya menggunakan identitas dan simbol sufisme untuk kepentingan politik praktis.

Penelitian Ziaulhaq tersebut telah memberikan gambaran bahwa elit-elit agama telah terlibat aktif menjadi tim kampanye kandidat kepala daerah di Kota Medan tahun 2015 dengan melakukan kegiatan keagamaan yang bertujuan

memasarkan kandidat sehingga menjadi layak di beli (dipilih) oleh masyarakat. Penelitian yang akan dilakukan peneliti juga akan mengungkap serangkaian strategi komunikasi politik yang dilakukan dai untuk membangun pencitraan politik kandidat di tengah masyarakat pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Rudi Subiyakto dengan judul *Keterlibatan Kiai Dalam Pilkada (Studi Kasus Pilkada di Kabupaten Banjarnegara tahun 2006)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keterlibatan Kiai dalam pilkada di Kabupaten Banjarnegara tahun 2006 dapat dibagi menjadi dua, *pertama*: Kiai sebagai actor, *Kedua*, Kiai sebagai partisipan. Relatifitas ini terjadi karena terdapat Kiai yang menjadi aktor dan Kiai partisipan. Kiai aktor, dengan sendirinya akan mempengaruhi pilihan politik pengikutnya. Sedangkan Kiai partisipan akan menyerahkan pilihan politik pengikutnya sesuai dengan pilihannya sendiri. Kiai akan mendapatkan keuntungan berupa jaminan bantuan dana bagi pembangunan dan pengembangan pesantren yang dipimpinnya. Tetapi meskipun tak signifikan, keterlibatan Kiai dalam kancah politik lokal tersebut berpengaruh terhadap proses pembelajaran karena aktifitas Kiai tersebut menyebabkan sering meninggalkan pesantren yang dipimpinnya. Keterlibatan Kiai juga berimplikasi bagi santri.

Penelitian Yon Machmudi (2010), *The Decline of Ulama Authority in Indonesia: The Case Study Of Two Pesantrens In East Jawa (Pesantren Langitan Tuban dan Darul Ulum Jombang)*. Dalam penelitiannya Yon Machmudi menyimpulkan bahwa telah terjadi penurunan otoritas kyai di masyarakat. Perubahan yang terjadi pada umumnya membuat sosok kyai tidak lagi memiliki pengaruh besar dalam masyarakat, terutama yang berkaitan dengan pilihan politik. Berbagai kasus di Jawa Timur selama Pemilu 2009, misalnya, menunjukkan banyak kandidat politik di wilayah didukung oleh mayoritas kyai tetapi mereka kalah dalam pemilihan. Bahkan pihak yang disebut partai sebagai partai kyai (PKB) telah menurun drastis dalam hal jumlah pemilih dalam pemilu 2009. Dan Pemilu Presiden 2009 cawapres Jusuf Kalla dan Wiranto yang didukung oleh mayoritas kyai bahkan mendapatkan suara kecil.

Selain beberapa penelitian yang sudah dilakukan, penulis juga mencantumkan beberapa artikel terkait. Pertama artikel yang berjudul *Kapasitas Ulama Dalam Bernegara* oleh Muhammad Nuh Rasyid Institut Agama Islam Negeri Langsa (muhammadnuhrasyid@iainlangsa.ac.id). Menjelaskan bahwa

dalam membangun bangsa yang maju besar dan beradab, agama memiliki peran yang sangat besar. sebagai organisasi sosial keagamaan, sejak dulu ulama-ulama berperan sangat besar dalam mengayomi dan membangun masyarakat, baik melalui pendidikan, dakwah dan lain sebagainya. peran ulama yang sedemikian besar itu diemban oleh para ulama tidak lain karena ulama adalah pewaris dari ajaran Nabi Saw. sementara tugas ulama selain menggali, merumuskan dan mengembangkan pemikiran keagamaan, juga memiliki tugas yang tidak kalah pentingnya dan bahkan sangat strategis yang berkaitan dengan masalah sosial dan kebangsaan yaitu tugas membangun masyarakat dengan tujuan membentuk kepribadian. Dalam kaitan dengan masalah masyarakat, ulama masa kini memiliki beberapa tugas, salah satunya adalah pembangunan mental-spiritual, pembentukan kepribadian atau karakter masyarakat. ini sangat penting agar lahir masyarakat yang memiliki sikap, memiliki ketegasan, memiliki prinsip serta memiliki tanggung jawab baik terhadap Tuhan dan terhadap sesama manusia serta terhadap bangsa dan negara.

Artikel lainnya berjudul *Disfungsi Agensi Politik Ulama di Aceh (Kajian Struktural dalam Majelis Permusyawaratan Ulama)* yang ditulis Muhammad Chabibi The Institute of Pesantren KH. Abdul Chalim (IKHAC), Mojokerto chabibii@ikhac.ac.id bibi.akib@gmail.com. Artikel ini membahas bagaimana ulama di Aceh atau yang disebut dengan Teungku Dayah yang berafiliasi dengan Majelis Permusyawaratan Ulama (Majelis Permusyawaratan Ulama) telah mengalami disfungsi lembaga politiknya. Dengan menggunakan teori strukturasi Giddens, artikel ini menghasilkan beberapa kesimpulan bahwa secara genealogis dan historis hubungan antara orang Aceh dan Ulama adalah pola struktural dari tindakan yang berkaitan dengan kehidupan sosial, ekonomi, pendidikan dan politik. Pada akhirnya, tindakan Ulama ditafsirkan sebagai agensi religius-suci dan menembus ke agensi duniawi yang duniawi. Ulama politik Aceh kini telah bercabang sesuai dengan kepentingan pribadi dan kelompok manusia.

Demikian juga artikel yang berjudul *Peran Ulama Dalam Meningkatkan Kesadaran Pemilih Pada Pemilu Presiden Dan Wakil Presiden RI tahun 2014 Di Kabupaten Demak* yang dituliskan oleh Riyanto Universitas Sultan Fatah Demak, Jawa Tengah, Indonesia Riyantopasca@gmail.com Abstrak Negara Indonesia merupakan negara yang berkedaulatan rakyat, sebagai negara yang berkedaulatan

rakyat tentunya selalu mengedepankan demokrasi rakyat dalam proses demokrasi. Pengejawantahan demokrasi rakyat dapat terlihat dalam proses pemilihan langsung Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia tahun 2014. Pemilihan Umum yang merupakan gawe besar negara Indonesia diharapkan dimanfaatkan oleh rakyat untuk menyalurkan aspirasinya dalam memilih wakil-wakilnya maupun pemimpin. Penyaluran aspirasi rakyat dalam memilih membutuhkan kesadaran dari rakyat itu sendiri, tetapi untuk mendorong kesadaran rakyat untuk memilih bukanlah hal yang mudah, hal ini disebabkan akumulasi rasa kekecewaan rakyat akan para wakil dan pemimpin yang dianggap hanya mudah berjanji saja dan tidak pernah mendengar terhadap aspirasi mereka. Maka untuk memotifasi kesadaran pemilih dalam pemilu Presiden dan Wakil Presiden RI di Kabupaten Demak dibutuhkan peran ulama sebagai seorang figur yang masih didengar fatwa-fatwanya oleh rakyat. Peran ulama diharapkan agar aspirasi rakyat dalam memilih semakin meningkat yang dapat berimplikasi pada perolehan suara pada pemilu. Karena keberhasilan pemilu bukan terletak pada berapa besarnya prosentase perolehan suara pemenang pemilu, tetapi berapa besar aspirasi rakyat dalam memilih, hal ini membuktikan tingkat kesadaran pemilih semakin meningkat.

Dari beberapa hasil penelitian dan artikel yang dikemukakan di atas, peneliti mengambil sisi lain dalam kaitannya dengan politik pencitraan. Dalam penelitian ini peneliti fokus pada peran politik yang dilakukan para dai melalui aktivitas dakwah mereka. Pesan dakwah yang disampaikan selain berisikan ajaran agama, juga berisikan pesan-pesan politik yang mencitrakan kandidat calon kepala daerah. Dalam hal ini yang mereka citrakan adalah calon Walikota Medan pada Pilkada tahun 2015 yang dirumuskan dalam beberapa rumusan masalah penelitian, yaitu bagaimana keterlibatan dai pada pemilihan Walikota Medan, bagaimana motivasi dai terlibat pada pemilihan Walikota Medan, bagaimana strategi dai membangun pencitraan politik kandidat pada pemilihan Walikota Medan, dan bagaimana etika komunikasi dai dalam membangun pencitraan politik kandidat pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu desain penelitian yang utuh, mencakup pendekatan yang digunakan, tehnik pengumpulan data, sampai pada penentuan lokasi penelitian. Metode penelitian juga merupakan suatu keseluruhan landasan, nilai-nilai, asumsi-asumsi, etika, dan norma yang menjadi aturan-aturan standar yang digunakan untuk menafsirkan serta menyimpulkan data penelitian, termasuk kriteria untuk menilai kualitas suatu hasil penelitian. Metode penelitian merupakan implikasi atau konsekuensi logis dari nilai-nilai, asumsi-asumsi, aturan-aturan, serta kriteria yang menjadi bagian integral dari suatu paradigma.

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan ilmu komunikasi politik. Komunikasi politik merupakan satu bidang ilmu baru yang bersifat interdisipliner yang berusaha memahami realitas politik sebagai suatu proses komunikasi. Selanjutnya untuk memahami fenomena komunikasi politik digunakan pendekatan proses. George Herbert Mead (1934) mengungkapkan bahwa kehidupan sosial dapat dipahami sebagai suatu proses dan setiap kejadian selalu mengandung waktu lampau, sekarang dan yang akan datang. Dan pada setiap kejadian mempunyai implikasi yang terus menerus pada pembauran, kebersamaan dan kesepakatan. Mead juga menegaskan bahwa negosiasi merupakan unsur mutlak dari kehidupan sosial, dan manusia harus bekerjasama disegala bidang kehidupan. Selanjutnya, Spengler dan Toynbee dalam Subiakto (2012) menyatakan bahwa realitas sosial merupakan suatu siklus yang mempunyai pola-pola ulangan (*recurrent pattern*) untuk jatuh bangunnya peradaban manusia. Pendekatan Ilmu Komunikasi saat ini terus menjadi perhatian berbagai kalangan untuk melihat dan menjelaskan fenomena politik kekinian yang terus berkembang sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.²²⁶

Jenis penelitian yang digunakan untuk memperoleh gambaran dan data yang konferhensif tentang eksistensi dai dalam membangun pencitraan politik kandidat pada pemilihan Walikota Medan Tahun 2015 adalah dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penulis menggunakan pendekatan

²²⁶ Henry Subiakto dan Rahmah Ida, *Kebijakan Politik, Media dan Demokrasi* (Jakarta: Prenada Media Group, 2012), h. 11.

penelitian kualitatif, didasarkan pada pendapat Bogdan dan Taylor menyebutkan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu, prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu secara holistik/utuh.²²⁷

B. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang diperkirakan menguasai dan memahami data, informasi, ataupun fakta dari suatu objek penelitian. Dalam penelitian kualitatif, pemilihan informan penelitian menjadi hal penting untuk memberikan data yang dibutuhkan dan informan tersebut mampu menjelaskan keadaan sebenarnya tentang objek penelitian.²²⁸

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode bola salju (*snowballing*). Metode ini dipilih didasarkan pada tujuan penelitian dan memudahkan peneliti untuk mendapatkan data yang diharapkan dari informan penelitian. Dalam metode bola salju ini peneliti mencari informan yang memahami dan terlibat langsung dalam kegiatan pencitraan politik pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015, selanjutnya berdasarkan informasi dan rekomendasi informan tersebut peneliti melanjutkan untuk menggali informasi dari informan lainnya yang juga memahami tentang objek penelitian dan seterusnya sampai data yang diperlukan peneliti lengkap dan data tersebut sampai pada titik jenuh. Dalam penelitian ini informan penelitian adalah dai yang terlibat dalam pemilihan Walikota Medan tahun 2015.

Selanjutnya, untuk mendapatkan informasi dan data yang lebih komprehensif serta sebagai informasi pembanding dan penguat data yang diperoleh peneliti juga mengumpulkan data dari informan lain yaitu dai-dai di Kota Medan yang tidak terlibat dalam mendukung salah satu kandidat Walikota Medan Tahun 2015. Selanjutnya, kriteria penentuan informan dalam hal ini didasarkan pada tingkat pengetahuan dan pemahamannya terhadap kegiatan pencitraan yang dilakukan dai pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015.

Informan penelitian yang peneliti maksud adalah sebagai berikut:

²²⁷ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya 2000), h. 3.

²²⁸ M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Kencana Prenada, 2007), h. 108.

Tabel 3
Informan Penelitian

No.	Nama	Jabatan / Keterangan
1.	Ustaz Mohd. Hatta	Ketua Majelis Ulama Indonesia Kota Medan
2	Ustaz Sangkot Saragih	Ketua Majelis Silaturahmi Ustaz dan Ustazah (MAS-UD) Kota Medan
3	Ustaz Damli Tambunan	Sekretaris Majelis Silaturahmi Ustaz dan Ustazah (MAS-UD) Kota Medan
4	Ustaz Ahsanul Arifin	Koordinator MASUD Dapil V Medan
5	Ustdadz Bustami Manurung	Sekretaris Jamiah Batak Muslim Indonesia (JBMI) Sumatera Utara
6	Ustaz M. Daud Sagita	Ketua Persaudaraan Muslimin Indonesia (PARMUSI) Kota Medan
7	Ustaz Muhammad Iqbal	Ketua Majelis Taklim Saidul anam Kota Medan
8	Ustaz Saladin DP.	Ketua Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Medan Timur / dai kota Medan
9	Ustaz Zulkarnaen Sitanggang	Wakil Ketua Majelis Ulama (MUI) Kota Medan
10	Ustaz Rudi Suntari	Ketua Majelis Thoriqoh Naqsabandiyah Suralaya Sumatera Utara.
11	Ustaz Amhar Nasution	Ulama Kamtibnas Propinsi Sumatera Utara
12	Ustazah Bundah Indah	Ketua Rumah Komunikasi Lintas Agama
13	Ustaz Sobirin	Pengurus DPC Partai Demokrat Kota Medan
14	Ustdaz Yulizar Parlagutan Lubis	Ketua DPW PPP Sumatera Utara/ Ketua PD Al Wasliyah Kota Medan
15	Ustaz Rozak Moya	Wakil Ketua Ikatan Dai Indonesia (IKADI) Kota Medan
16	Ustaz Hasrat Effendi Samosir	Sekretaris PD Muhammadiyah Kota Medan/ Dosen FDK UIN SU Medan
17	Ustaz Husni Ritonga	Ketua Matlaul Anwar Sumatera Utara/ Dosen FDK UIN SU Medan
18	Ustaz Ahmad Sabban Rgg	Pimpinan Pondok Persulukan Thoriqah Naqsabandiyah Babusalam Kota Medan
19	Ustaz Paidi	Pengurus NU Kota Medan
20	Ustaz Maulana Ibrahim	Anggota Jamaah Tablig Kota Medan
21	Ustaz Fikri Maulana	Anggota Jamaah Tablig Kota Medan

C. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang berupa kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai dan menjadi sumber data utama. Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis atau melalui perekaman video/audio tapes. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara langsung kepada informan penelitian dan diharapkan mendapat penjelasan mengenai pendapat, sikap dan keyakinan subjek penelitian.

Data sekunder adalah data yang berupa tulisan dalam bentuk buku, sumber arsip, dokumen pribadi dan dokumen resmi, makalah, jurnal, artikel dan lain-lain untuk menambah wawasan, memperoleh penilaian dasar dan kerangka berfikir ataupun definisi konseptual serta teori-teori yang relevan dengan permasalahan penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif dikenal tiga metode pengumpulan data, yaitu: metode wawancara mendalam, observasi partisipasi, bahan dokumenter, serta metode-metode baru seperti bahan visual dan metode penelusuran internet.²²⁹ Selanjutnya, dalam penelitian ini teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dilapangan dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*), Observasi dan bahan dokumenter. Ketiga teknik ini, diyakini mampu menjawab permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Selain itu, data yang diperoleh di lapangan akan lebih konferhensif, mendalam, akurat dan utuh.

Wawancara mendalam dilakukan dengan menggali informasi atau data dari informan atau nara sumber penelitian. Pewawancara berusaha untuk memperoleh informasi atau ungkapan-ungkapan pendapat dari subjek penelitian. Wawancara mendalam juga dimaksudkan untuk memperoleh pemahaman tentang kehidupan, pengalaman dan situasi subjek penelitian sesuai dengan perspektif subjek penelitian itu sendiri. Wawancara mendalam dilakukan kepada dai yang terlibat sebagai tim sukses calon Walikota Medan Tahun 2015. Selain itu, wawancara mendalam juga dilakukan kepada dai lainnya namun tidak terlibat sebagai tim sukses salah satu kandidat. Selanjutnya, untuk mendapatkan data dan informasi yang lengkap peneliti juga melakukan wawancara dengan anggota

²²⁹ *Ibid*, h. 107.

jamaah pengajian yang mengetahui keterlibatan dai dalam kampanye pemilihan Walikota Medan Tahun 2015. Wawancara dilakukan dalam bentuk percakapan informal dengan menggunakan lembaran berisi pedoman wawancara yang merupakan pertanyaan-pertanyaan utama yang berfungsi sebagai pemandu. Pertanyaan-pertanyaan utama tersebut kemudian dikembangkan untuk mendapatkan informasi yang lebih rinci dan relevan mengenai masalah yang diteliti.

Teknik observasi adalah upaya untuk melihat dan memahami dai dari sisi yang lain dan melihat hubungan-hubungan yang terjadi antara dai dengan umat Islam dan secara khusus dengan jamaahnya di Kota Medan.

Teknik dokumenter merupakan metode yang digunakan untuk menelusuri data historis yang biasa digunakan pada penelitian sejarah, kendati kemudian metode ini juga digunakan pada ilmu-ilmu sosial lain secara serius sebagai metode pengumpulan data. Demikian halnya dalam penelitian ini, metode dokumenter menjadi bagian penting dalam upaya pengumpulan data. Hal tersebut didasarkan pada bahwa sejumlah besar fakta dan data sosial tersimpan dalam bentuk dekumentasi seperti surat-surat, catatan harian, laporan, dan sebagainya baik yang tertulis maupun dalam bentuk CD, rekaman, hardisk, flasdisk, dan lain-lain. Tehnik dokumen dilakukan dengan menggali dan menganalisa dokumen-dokumen yang berhubungan dengan objek penelitian. Bentuk dokumen dimaksud berasal dari dokumen pribadi dan dokumen resmi. Dokumen pribadi berupa buku harian, surat pribadi, dan otobiografi. Sedangkan dokumen resmi terdiri dari dokumen intern dan ektern. Dokumen intern berupa memo, pengumuman, instruksi, laporan hasil rapat, dll. Sedangkan dokumen ekstren berupa bahan-bahan informasi yang dikeluarkan suatu lembaga, seperti majalah, koran, buletin, berita-berita yang disiarkan ke media massa, pengumuman, atau pemberitahuan.

Selain itu, pengumpulan data dari sumber lainnya yaitu, internet dan media sosial yang digunakan dai pada masa kampanye pemilihan Walikota Medan tahun 2015 seperti *Facebook*, *WhatsApp* dan sebagainya juga dilakukan untuk melengkapi data yang dibutuhkan dalam penelitian.

E. Teknik Analisis Data

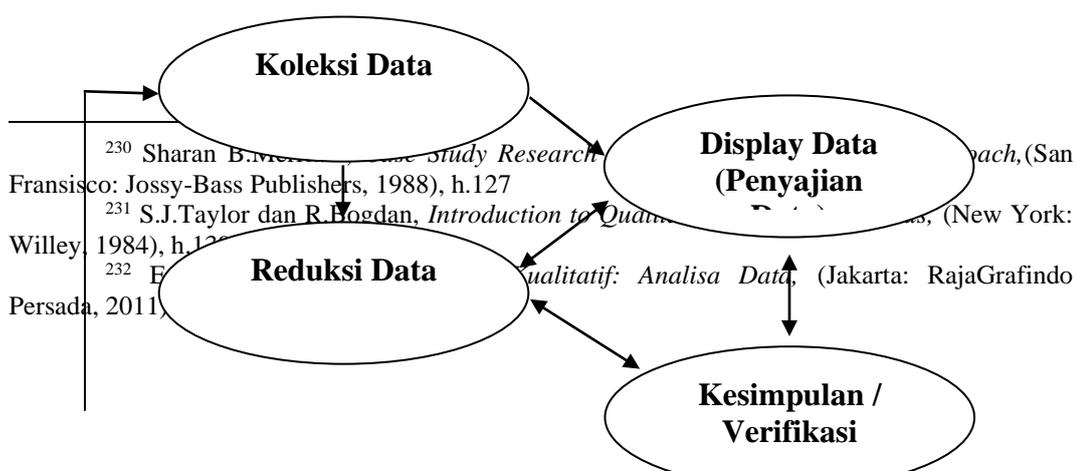
Analisis data merupakan sebuah proses sistematis yang bertujuan untuk menyeleksi, mengkategorikan, membandingkan, mensintesa, dan menginterpretasi data

untuk membangun suatu gambaran konprehensif tentang fenomena atau topik yang sedang diteliti. Karena itu, sebagaimana dinyatakan Merriam, analisa data merupakan proses memberi makna terhadap suatu data. Data diringkas atau dipadatkan dan dihubungkan satu sama lain ke dalam sebuah narasi sehingga dapat memberi makna kepada para pembaca.²³⁰ Proses itu, menurut Taylor dan Bogdan adalah menarik sejumlah kesimpulan dan generalisasi yang rasional berdasarkan sekumpulan data yang diperoleh.²³¹

Untuk menganalisis data yang terkumpul dari hasil interview dan observasi, peneliti mengadaptasi teknik analisa data kualitatif sebagaimana yang disarankan oleh Miles dan Huberman yaitu: *Reduksi data*, *Display data* dan *Conclusion drawing/verification*.²³²

- a. *Reduksi data*. yaitu peneliti akan melakukan proses merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan mencari tema serta polanya. Melalui kegiatan ini peneliti akan dengan mudah mengelompokkan dan memilah data-data berdasarkan tujuan penelitian.
- b. *Display data* yaitu setelah data direduksi, peneliti menyajikannya dalam bentuk teks yang bersifat naratif. Hal ini penting, karena untuk memberi gambaran data yang ada sehingga mudah dipahami secara utuh.
- c. *Conclusion drawing/verification* yaitu setelah data selesai disajikan dalam bentuk teks dan naratif, proses berikutnya peneliti menarik kesimpulan atau verifikasi. Pengambilan kesimpulan pada penelitian ini dilakukan dengan dengan metode berpikir induktif. Metode berpikir induktif adalah metode yang digunakan dalam berpikir dengan bertolak dari hal-hal khusus ke umum. Hukum yang disimpulkan difenomena yang diselidiki berlaku bagi fenomena sejenis yang belum diteliti. Generalisasi adalah bentuk dari metode berpikir induktif.

Untuk lebih jelas terkait dengan proses analisis data menurut Miles dan Huberman ini, dapat dilihat pada skema di bawah ini:



Gambar 4. Skema Analisa Data Miles dan Huberman

F. Teknik *Validitas* dan *Objektivitas* Data.

Dalam penelitian kualitatif, validitas dimaknai sebagai tingkat di mana berbagai konsep dan interpretasi yang dibuat peneliti memiliki kesamaan makna dengan makna-makna yang dipahami subjek atau partisipan penelitian. Dalam konteks dengan penelitian ini, ada 3 (tiga) teknik yang peneliti gunakan untuk menjamin *validitas* dan *objektivitas* data penelitian yaitu :

- a. Berlama-lama atau memperpanjang waktu dalam mengumpulkan data di lapangan (*prolonged data collection*), hal ini dimaksudkan agar peneliti bisa mendapatkan sebanyak mungkin bukti-bukti yang menguatkan untuk menjamin kesesuaian antara berbagai temuan dengan keadaan yang sebenarnya.
- b. Melakukan *triangulasi* dalam pengumpulan dan analisa data. Hal ini dilakukan untuk mengecek data dengan menyilang informasi-informasi dari sumber data yang berbeda, khususnya antara hasil interview dengan observasi atau sebaliknya guna menjamin akurasi semua data yang telah dikumpulkan.
- c. *Member checks*, yaitu membawa data dan interpretasi data tersebut kembali kepada partisipan dan menanyakan kepada mereka apakah data dan penafsiran terhadap data yang peneliti buat sudah benar atau sesuai dengan n sebagaimana dipahami partisipan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kota Medan

Kota Medan merupakan Ibu kota Propinsi Sumatera Utara dan termasuk kota terbesar ketiga di Indonesia setelah Jakarta dan Surabaya. Luas wilayahnya 265,00 KM persegi, posisi letak Kota Medan hampir seluruhnya di kelilingi oleh Kabupaten Deli Serdang. Kota Medan berdasarkan data BPS tahun 2015 Kota Medan memiliki penduduk sebanyak 2.210.624 jiwa (dua juta dua ratus sepuluh ribu enam ratus dua puluh empat) yang tersebar di 21 kecamatan dan 151 kelurahan dengan keragaman suku bangsa, agama dan budaya masyarakatnya.²³³

Keberadaan Kota Medan saat ini tidak terlepas dari dimensi historis yang panjang, dimulai dari dibangunnya Kampung Medan Putri tahun 1590 oleh Guru Patimpus yang letaknya berada di antara pertemuan Sungai Deli dan Sungai Babura dan termasuk Wilayah XII Kuta Hampan Perak. Dalam buku *The History of Medan*, menurut Hikayat Aceh, menjelaskan bahwa Medan sebagai kota pelabuhan sudah ada sejak tahun 1590.²³⁴ Kemudian berkembang menjadi Kesultanan Deli pada tahun 1669 yang diproklamirkan oleh Tuanku Perungit yang memisahkan diri dari Kesultanan Aceh. Perkembangan Kota Medan selanjutnya ditandai dengan perpindahan Ibukota Residen Sumatera Timur dari Bengkalis ke Medan tahun 1887, sebelum akhirnya statusnya diubah menjadi *Gubernemen* yang dipimpin oleh seorang Gubernur pada tahun 1915.²³⁵

Menurut Riwayat Hampan Perak tulisan Batak Karo yang disalin tahun 1916, disebutkan bahwa seorang cucu dari Sisingamangaraja bernama Siraja Hita, merantau ke tanah Karo dan salah seorang anaknya bernama Guru Patimpus Sembiring Pelawi. Dia memeluk agama Islam atas pengaruh seorang ulama yang disebut Datuk Kota Bangun. Guru Patimpus Sembiring Pelawi adalah orang yang dianggap sebagai pendiri kota Medan.²³⁶ Menurut catatan legenda masyarakat, dalam abad ke 15, terjadi peperangan Aru Deli Tua/Puteri Hijau dengan Aceh (Sultan Ali Muchajatsjah) 1522 M. Dimulai di kampung Medan, lalu terus ke Deli Tua. Peperangan itu terjadi sebanyak 2 kali yang pada akhirnya Deli Tua dan

²³³ <https://pemkomedan.go.id> diakses p. 129 . 28 Juli 2017.

²³⁴ Tengku Luckman Sinar, "Bangun dan runtuhnya Kerajaan Melayu Di Sumatera Timur" (Medan: ttp, tt), h. 334.

²³⁵ Addina Marizka, *Analisis Kinerja Pengelolaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Pemerintah Kota Medan* (Medan: Perpustakaan USU Medan, 2009), h. 51.

²³⁶ Dada Meuraxa, *Sejarah Hari Jadinya Kota Medan 1 Juli 1590* (Medan: Sasterawan, 1975), h. 9.

Medan tunduk ke Aceh. Jadi kalau menurut legenda Medan sudah berumur kurang lebih 500 tahun.²³⁷

Ada perbedaan pendapat mengenai hari jadi Kota Medan, ini terbukti dengan terjadinya pergantian hari jadi Kota Medan yang pada awalnya bertanggal 1 April 1909 menjadi 1 Juli 1590. Sebelumnya untuk itu dibentuklah panitia khusus hari jadi Kota Medan untuk meneliti hal tersebut, sehingga nantinya diketahui kapan sebenarnya Kota Medan terbentuk. Hasil dari seminar hari jadi Kota Medan tersebut menetapkan hari jadi Kota Medan jatuh pada tanggal 1 Juli 1590. Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kota Medan lewat keputusan hasil sidangnya memutuskan untuk mengganti hari jadi kota Medan yang dulu jatuh pada tanggal 1 April 1909 menjadi tanggal 1 Juli 1590. Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Medan juga memberikan saran supaya sidang dewan mencabut dan membatalkan hari ulang tahun Kota Medan yang selama ini sudah dirayakan pada tiap tanggal 1 April. Untuk masa mendatang perayaan hari ulang tahun Kota Medan supaya dilakukan pada tiap tanggal 1 Juli dengan catatan perayaan besar-besaran dilakukan sekali dalam 5 tahun.²³⁸

Kota Medan sebagai Ibu Kota Propinsi Sumatera Utara juga merupakan pintu gerbang bagi para wisatawan dalam maupun luar negeri untuk menuju berbagai objek destinasi wisata yang tersebar di beberapa daerah di Sumatera Utara. Seperti objek wisata puncak Brastagi yang terletak di daerah dataran tinggi Kabupaten Karo, objek wisata penangkaran orang utan di Bukit Lawang di Kabupaten Langkat, serta kawasan Danau Toba yang terkenal sampai ke penjuru dunia. Danau Toba memiliki total panjang kurang lebih 100 kilometer, lebar 30 kilometer serta kedalaman lebih dari 505 meter, Danau Toba juga termasuk danau terbesar di dunia karena lokasi berada di tujuh daerah kabupaten di Sumatera Utara, yaitu Kabuapten Simalungun, Kabupaten Toba Samosir, Kabupaten Tapanuli Utara, Kabupaten Humbang Hasundutan, Kabupaten Dairi, Kabupaten Karo, dan Kabupaten Samosir.

Kota Medan secara geografis terletak pada 3,30°-3,43° LU dan 98,35°-98,44° BT dengan topografi cenderung miring ke Utara. Sebelah Barat, Timur dan Selatan Kota Medan berbatasan dengan Kabupaten Deli Serdang, dan di sebelah

²³⁷ *Ibid*, h. 5.

²³⁸ *Ibid*, h. 62.

Utara berbatasan dengan Selat Malaka. Letak yang strategis ini menyebabkan Kota Medan berkembang menjadi pintu gerbang kegiatan perdagangan barang dan jasa baik itu domestik maupun internasional.²³⁹ Kota Medan memiliki karakteristik dengan luas 26.510 hektar (265,10 km²) atau 3,6% dari keseluruhan wilayah Sumatera Utara. Secara administratif kota Medan berbatasan dengan selat Malaka di sebelah utara dan berbatasan dengan kabupaten Deli Serdang di sebelah timur, barat dan selatan. Dengan demikian, dibandingkan dengan kota/kabupaten lainnya, Medan memiliki luas wilayah yang relatif kecil dengan jumlah penduduk yang relatif besar. Secara astronomis, Kota Medan terletak antara pada posisi koordinat 20.27'-20.47' Lintang Utara dan 98° 35' - 98° 44' Bujur Timur.²⁴⁰

Posisi geografis Medan ini telah mendorong perkembangan kota dalam dua kutub pertumbuhan secara fisik, yaitu daerah Belawan dan pusat Kota Medan saat ini. Kota Medan secara hidrologi dipengaruhi dan dikelilingi oleh beberapa sungai seperti Sungai Deli, Sungai Babura, Sungai Percut, Sungai Belawan, Sungai Sie Kambing, Sungai Sei Putih, Sungai Sei Kera dan sungai-sungai lainnya. Sungai-sungai yang melintas di Kota Medan tidak hanya memengaruhi bentuk fisik, ruang dan lingkungan tetapi juga memengaruhi pola perkembangan kota Medan. Sungai-sungai tersebut sampai saat ini masih digunakan masyarakat yang menetap aliran sungai sebagai salah satu sumber air. Selain itu, untuk mencegah banjir yang terus melanda beberapa wilayah, pemerintah telah membuat sebuah proyek kanal besar yang lebih dikenal dengan nama Medan Kanal Timur, meskipun proyek tersebut dianggap tidak berdampak besar terhadap pencegahan banjir di Kota Medan.

Berdasarkan demografis penduduk Kota Medan merupakan masyarakat yang memiliki ciri keragaman agama, suku, etnis, dan budaya. Hal ini memunculkan karakter sebagian besar penduduk Kota Medan bersifat terbuka. Secara demografi, Kota Medan pada saat ini juga sedang mengalami masa transisi demografi. Kondisi tersebut menunjukkan proses pergeseran dari suatu keadaan dimana tingkat kelahiran dan kematian tinggi menuju keadaan dimana tingkat kelahiran dan kematian semakin menurun. Berbagai faktor yang memengaruhi

²³⁹ Pemko Medan, *Profil Kota Medan* (Medan: Pemerintah Kotamadya Medan, 2004), h.36.

²⁴⁰ Timbul Siregar, *Sejarah Kota Medan* (Medan Sumatera Utara: Yayasan Pembina Jiwa Pancasila, 1980), h. 1.

proses penurunan tingkat kelahiran adalah perubahan pola pikir masyarakat dan perubahan sosial ekonominya. Di sisi lain adanya faktor perbaikan gizi, kesehatan yang memadai juga memengaruhi tingkat kematian.

Tabel 4

Penduduk Kota Medan Menurut Kelompok Umur & Jenis Kelamin Tahun 2015

Golongan Umur	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
(1)	(2)	(3)	(4)
0-4	102 988	99 065	202 053
5-9	100 465	95 441	195 906
10-14	93 927	89 405	183 332
15-19	106 067	109 850	215 917
20-24	121 784	128 830	250 614
25-29	98 470	100 090	198 560
30-34	86 995	90 398	177 393
35-39	80 632	84 551	165 183
40-44	73 456	75 953	149 409
45-49	63 207	65 817	129 024
50-54	53 487	56 676	110 163
55-59	43 782	45 175	88 957
60-64	30 684	31 455	62 139
65-69	17 730	19 903	37 633
70-74	10 765	13 714	24 479
75+	7 498	12 364	19 862
Jumlah/Total	1 091 937	1 118 687	2 210 624

Sumber : BPS Kota Medan

Tabel 5

Penduduk Kota Medan Menurut Jenis Kelamin tahun 2000, 2009, 2015

Tahun	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
(1)	(2)	(3)	(4)
2000	945.847	958.426	1.904.273
2001	960.477	966.043	1.926.520
2002	979.106	984.776	1.963.882
2003	990.216	1.003.386	1.993.602
2004	995.968	1.010.174	2.006.142
2005	1.012.040	1.024.145	2.036.185
2006	1.027.607	1.039.681	2.067.288
2007	1.034.696	1.048.460	2.083.156

2008	1.039.707	1.062.398	2.102.105
2009	1.049.457	1.071.596	2.121.053
2015	1.091.937	1.118.687	2.210.624

Sumber: BPS Kota Medan

Tabel 6
Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin tahun 2015

No	Kecamatan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Medan Tuntungan	42 288	43 325	85 613
2.	Medan Johor	65 207	66 805	132 012
3.	Medan Amplas	61 176	62 674	123 850
4.	Medan Denai	72 147	73 914	146 061
5.	Medan Area	48 897	50 095	98 992
6.	Medan Kota	36 769	37 670	74 439
7.	Medan Maimun	20 086	20 577	40 663
8.	Medan Polonia	27 636	28 313	55 949
9.	Medan Baru	20 025	20 515	40 540
10.	Medan Selayang	52 433	53 717	106 150
11.	Medan Sunggal	57 192	58 593	115 785
12.	Medan Helvetia	74 448	76 273	150 721
13.	Medan Petisah	31 303	32 071	63 374
14.	Medan Barat	35 902	36 781	72 683
15.	Medan Timur	55 036	56 384	111 420
16.	Medan Perjuangan	47 361	48 521	95 882
17.	Medan Tembung	67 759	69 419	137 178
18.	Medan Deli	89 632	91 828	181 460
19.	Medan Labuhan	58 025	59 447	117 472
20.	Medan Marelan	80 152	82 115	162 267
21.	Medan Belawan	48 463	49 650	98 113
	Kota Medan	1 091 937	1 118 687	2 210 624

Sumber: BPS Kota Medan

Tabel 7**Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Agama yang Dianut Tahun 2015**

No	Kecamatan	Islam	Protestan	Katolik	Hindu	Budha	DII
1	Medan Tuntungan	62.396	19.414	10.301	133	101	-
2	Medan Johor	72.082	28.660	12.229	15.563	11.733	-
3	Medan Amplas	87.979	24.391	3.223	737	192	-
4	Medan Denai	132.192	42.565	9.095	107	866	-
5	Medan Area	9.467	6.807	1.647	429	28.918	13
6	Medan Kota	37.373	-	21.948	314	23.578	-
7	Medan Maimun	8.000	232	261	231	125	-
8	Medan Polonia	25.000	8.822	369	2.494	7.615	-
9	Medan Baru	21.459	17.653	6.536	2.450	3.989	-
10	Medan Selayang	51.674	24.286	8.678	1.385	1.097	-
11	Medan Sunggal	64.658	29.963	20.737	9.136	12.808	-
12	Medan Helvetia	84.717	30.174	14.190	408	3.188	-
13	Medan Petisah	48.399	26.872	2.901	2.050	21.595	-
14	Medan Barat	51.212	14.793	4.995	1.325	25.801	-
15	Medan Timur	765	18.075	5.485	3.824	13.565	-
16	Medan Perjuangan	71.529	27.765	2.462	1.196	14.983	7
17	Medan Tembung	108.675	40.875	2.179	917	9.340	-
18	Medan Deli	100.530	8.386	2.536	478	12.243	-
19	Medan Labuhan	90.849	24.944	6.281	29	7.753	-
20	Medan Marelan	11.494	4.372	2.692	227	6.467	33
21	Medan Belawan	67.090	19.836	4.893	76	3.689	-
	Kota Medan	120.541	418.876	143.637	43.509	209.646	46

Sumber: Kementerian Agama Kota Medan

Tabel 8**Tempat Peribadatan Menurut Kecamatan dan Agama tahun 2015**

No	Kecamatan	Masjid	Mushalla	Gereja Protestan	Gereja Katolik	Kuil	Vihara	Kelenteng
1	Medan Tuntungan	46	10	-	-	2	-	-
2	Medan Johor	73	14	15	-	-	1	-
3	Medan Amplas	69	28	15	10	-	1	-
4	Medan Denai	73	44	72	4	-	1	-
5	Medan Area	51	58	4	3	-	27	3
6	Medan Kota	53	34	30	-	-	2	1
7	Medan Maimun	24	26	4	2	-	1	-
8	Medan Polonia	22	7	12	4	2	1	-
9	Medan Baru	19	26	10	8	2	-	-
10	Medan Selayang	47	108	18	18	1	1	-
11	Medan Sunggal	69	22	13	12	7	1	-
12	Medan Helvetia	85	32	23	3	1	1	-
13	Medan Petisah	35	19	-	33	-	2	-
14	Medan Barat	42	28	7	7	1	1	1
15	Medan Timur	60	31	15	10	1	2	-
16	Medan Perjuangan	59	22	38	-	1	1	-
17	Medan Tembung	77	11	31	-	1	2	-
18	Medan Deli	45	62	6	5	3	3	-
19	Medan Labuhan	45	35	13	6	-	2	-
20	Medan Marelان	30	25	12	1	-	-	1
21	Medan Belawan	28	106	31	6	-	-	-
	Kota Medan	1052	748	369	132	22	50	6

Sumber: Kementerian Agama Kota Medan

B. Gambaran Umum Pilkada Kota Medan

Pelaksanaan Pilkada Kota Medan dilaksanakan pada tanggal 9 Desember 2015 dilaksanakan secara serentak di 3.046 Tempat Pemungutan Suara (TPS) yang tersebar di 151 Kelurahan, 21 Kecamatan di Kota Medan. Pilkada Kota Medan tahun 2015 merupakan pemilihan Walikota dan Wakil Walikota secara langsung untuk yang ke-3 kalinya dilaksanakan yang sebelumnya sudah dilaksanakan mulai tahun 2005 dan tahun 2010.

Secara umum proses pelaksanaan pilkada Kota Medan berjalan dengan lancar sesuai dengan mekanisme yang disyaratkan oleh undang-undang. Prinsip terbuka, langsung, bebas dan rahasia telah menjamin kebebasan pemilih untuk menentukan pilihannya tanpa ada tekanan, intimidasi dari pihak manapun. Pada pelaksanaannya pilkada Kota Medan di ikuti oleh dua pasangan calon yang memenuhi syarat sesuai undang-undang. Kedua pasang calon tersebut berasal dari

dukungan partai politik dan tidak ada calon dari unsur indeviden. Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) Kota Medan pada tanggal 25 Agustus 2015 telah menetapkan dua pasang calon walikota dan wakil walikota yang akan dipilih oleh masyarakat pada tanggal pemungutan suara 9 Desember 2015.

Tabel 9

Nama Calon, Nomor Urut Calon dan Partai Pendukung Calon

No. Urut	Pasangan Calon	Partai Pendukung
1.	Dzulmi Eldin Akhyar Nasution	Partai Golongan Karya (Golkar) Partai Drmokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Partai Amanan Nasional (PAN) Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKPI)
2.	Ramadhan Pohan Eddie Kusuma	Partai Demokrat Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra) Partai Hati Nurani Rakyat (Hanura).

Berikut ini adalah program kerja atau Visi Misi dari masing masing pasangan calon Walikota Medan tahun 2015 yang didaparkan dengan jelas dan terperinci oleh kedua pasangan Calon:

1. Visi, Misi dan Program Kerja Pasangan Calon Walikota Medan tahun 2015 Nomor Urut 1 Dzulmi Eldin dan Akhyar Nasution.

Membangun dan menata Kota Medan tentunya memerlukan konsep perencanaan yang matang, terpadu, dan terintegrasi. Tiga pilar utama dalam mewujudkan pembangunan dan penataan kota agar menjadi satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, yaitu pemerintah, masyarakat, dan dunia usaha. Ketiganya harus memberikan kontribusi sesuai dengan perannya dalam skala prioritas yang akan dicapainya untuk kesejahteraan bersama. Visi dan Misi sesungguhnya merupakan inti dari kehendak untuk mengintegrasikan seluruh sumber daya bagi terwujudnya pembangunan menuju tercapainya kesejahteraan manusia lahir dan batin dalam suatu kawasan administratif, yaitu Kota Medan. Mengacu kepada

konsep ini, visi dan misi berada pada pusran cita-cita masa depan untuk diorientasikan kepada subyek pembangunan itu sendiri, yaitu masyarakat, dunia usaha dan pemerintahan. Bagi masyarakat, visi dan misi diorientasikan kepada peningkatan kesejahteraan rakyat pemberian akses stabilitas, pencapaian hasil pembangunan, pemerataan pendapatan, dan menciptakan rasa aman. Bagi dunia usaha, visi dan misi diorientasikan kepada terciptanya jaminan dan kemudahan investasi serta kenyamanan usaha, sedangkan bagi Pemerintah sendiri, visi dan misi menjadi umpan balik yang dapat meningkatkan sumber daya pembangunan khususnya kualitas otonomi daerah keuangan daerah, sehingga dapat menyelenggarakan pelayan dasar dan mampu menggali potensi sumber daya yang dimilikinya bagi peningkatan kemampuan keuangan pemerintah daerah.

a. Slogan

“Medan Rumah Kita” menunjukkan kehendak untuk menyapa, mengajak dan mempromosikan kepada seluruh masyarakat secara bersama memberikan sesuatu yang terbaik bagi Kota Medan. Kota Medan merupakan sebuah tempat beraktivitas bagi warganya yang multikultural. Seluruh masyarakat Kota Medan dari berbagai asal-usul, ras dan etnik, agama dan kepercayaan, serta status sosial lainnya memiliki semangat yang sama sebagai warga yang mengerti akan hak dan kewajibannya serta menjadi satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Oleh karena itu, Kota Medan harus dipandang sebagai tempat berdiam, bermukim, beraktivitas, sejahtera, dibangun, dipelihara, dan dikembangkan bersama untuk kepentingan dan kemanfaatan bersama.

b. Visi Pembangunan Kota

Sebagai bagian integral dalam pembangunan kota, semua pemangku kepentingan kota tentunya memiliki harapan, gambaran dan keinginan yang seringkali diwujudkan serta diekspresikan dalam bentuk tuntunan, kebutuhan dan kepentingan kota pada masa yang akan datang. Kesemua itulah yang dibayangkan oleh segenap stakeholder, sebagai Kota Masa Depan yang diharapkan dapat diwujudkan secara bersama, dengan kata lain seluruh warga kota tentunya memiliki bayangan tentang Kota Medan Masa Depan yang ingin diwujudkan sebagai cita-cita bersama.

Kota Masa Depan yang dibayangkan tersebut juga mengakar kepada nilai-nilai luhur yang bisa diterima dalam sifat pluralisme, kemajemukan dan

kebhinekaan yang dimiliki. Oleh karena itu, Kota Medan masa depan yang dicita-citakan tersebut mestinya memiliki sifat multikultural yang hakiki. Disisi lain, Kota Medan Masa Depan adalah Kota yang berinteraksi secara regional dan internasional sesuai dengan kecenderungan globalisasi dan regionalisasi yang melanda dunia saat ini. Suka atau tidak suka, mau atau tidak mau, Kota Medan Masa Depan adalah kota yang harus membangun kerjasama, persahabatan dengan kota-kota regional dan internasional yang ada dengan prinsip saling ketergantungan, saling membutuhkan dan saling menguntungkan. Untuk itulah, Kota Medan harus meningkatkan daya saingnya guna mengambil manfaat yang sebesar-besarnya dari kecenderungan global pada masa yang akan datang.

Di sisi lain, penerapan prinsi-prinsip efisiensi, efektivitas dan ekonomis guna mengejar kemajuan ekonomi daerah seringkali juga berdampak negatif, sehingga adakalanya bisa berakibat hilangnya nilai-nilai hakiki dari tujuan hidup setiap insan manusia, baik secara fisik, ekonomi maupun sosial budaya. Oleh karena itu, Kota Medan Masa Depan yang dibayangkan oleh segenap warga kota tetaplah Kota yang bersifat humanis, sehingga menjadi Kota yang layak huni bagi seluruh warganya, sesuai dengan esensi kemanusiaan.

Di samping berbagai dimensi pembangunan kota sebagaimana yang disebutkan diatas, maka fokus akhir dari seluruh harapan proses pembangunan kota yang diselenggarakan adalah terwujudnya kesejahteraan masyarakat secara bertahap dan berkesinambungan. Kata kunci dari kesejahteraan itu sendiri tentunya harus ada pertumbuhan, harus ada pemerataan, harus ada stabilitas. Selanjutnya, sesuai dengan sila pertama Pancasila yaitu Ketuhanan Yang Maha Esa, maka norma dan sistem nilai yang paling hakiki yang mencerminkan Kota Medan Masa Depan adalah Kota Medan dengan citra religius, yaitu kota yang masyarakatnya memiliki ketaatan untuk menjalankan ibadah sesuai dengan agamanya masing-masing dengan rasa aman, nyaman, tertib dan sikap toleransi yang tinggi. Visi bersama untuk meningkatkan pembangunan Kota Medan 5 tahun (2015-2020) adalah sebagai berikut:

“Menjadi Kota Masa Depan yang Multikultural, Berdaya Saing, Humanis, Sejahtera, dan Religius dalam bingkai kepribadian.

Adapun modal dasar untuk mewujudkan visi pembangunan kota dimaksud adalah dukungan sebagai berikut:

- 1) *Sosial Capital*, modal untuk pembangunan yang berbentuk interaksi antar manusia yang bersifat positif seperti budaya gotong-royong, saling membantu dan lain-lain.
- 2) *Natural Capital*, modal untuk pembangunan yang berbentuk kekayaan alami, baik yang bersifat ekstraktif (dimanfaatkan dengan cara diambil dari alam) maupun atraktif (bisa dinikmati tanpa merusak alam) serta yang bersifat geografis (lokasi yang baik).
- 3) *Human-Made Capital*, modal untuk pembangunan yang ditimbulkan dari adanya hasil kreasi manusia, baik yang bersifat fisik (infrastruktur, sarana, dan lain-lain) maupun yang non-fisik (lembaga, manajemen, dan lain-lain).
- 4) *Economic/Financial Capital*, modal untuk pembangunan yang berbentuk sumber-sumber ekonomis.
- 5) *Human Capital*, modal untuk pembangunan yang berada dalam diri manusia (kualitas dan kuantitas manusia/angkatan kerja).

c. Misi Pembangunan Kota

Berdasarkan gambaran dan harapan terwujudnya Medan Menjadi Kota Masa Depan yang Multikultural, Berdaya Saing, Humanis, Sejahtera, dan Religius dalam bingkai kepribadian Budaya Bangsa, maka ditetapkan misi pembangunan kota tahun 2016-2021 sebagai berikut:

- 1) Menumbuhkembangkan stabilitas, kemitraan, partisipasi dan kebersamaan dari seluruh pemangku kepentingan pembangunan kota.
- 2) Menumbuhkembangkan harmonisasi, kerukunan, solidaritas, persatuan dan kesatuan serta keutuhan sosial, berdasarkan kebudayaan daerah dan identitas lokal multikulturalisme.
- 3) Meningkatkan efisiensi melalui deregulasi dan debirokratisasi sekaligus penciptaan iklim investasi yang semakin kondusif termasuk pengembangan kreativitas dan inovasi daerah guna meningkatkan kemampuan kompetitif serta komparatif daerah.

- 4) Menyelenggarakan tata ruang kota yang konsisten serta didukung oleh ketersediaan infrastruktur dan utilitas Kota yang semakin modern dan berkelanjutan.
 - 5) Mendorong peningkatan kesempatan kerja dan pendapatan masyarakat melalui peningkatan taraf pendidikan dan kesehatan masyarakat secara merata dan berkeadilan.
 - 6) Mengembangkan kepribadian masyarakat kota berdasarkan etika dan moralitas keberagaman agama dalam bingkai kebhinekaan.
2. Visi, Misi dan Program Kerja Pasangan Calon Walikota Medan tahun 2015 Nomor Urut 2 Ramadhan Pohan dan Eddie Kusuma

Kota Medan memiliki luas 26.510 hektar atau sama dengan 3,6 persen dari total luas wilayah di Provinsi Sumatera Utara dengan jumlah penduduk yang besar yakni 2.764.182 (Maret 2014) dan merupakan Kota Metropolitan terbesar ketiga setelah Jakarta dan Surabaya. Dengan fakta itu Kota Medan jelas memiliki kompleksitas sebagaimana dialami Kota-kota besar lainnya yakni persoalan penataan kota, infrastruktur, kemacetan, banjir, pelayanan publik, kependudukan, kemiskinan dan problem urban lainnya. Pembangunan di Kota Medan memiliki beberapa tantangan yang tidak mudah, dengan luas wilayah yang relatif sempit dan jumlah penduduk yang tinggi, membangun Kota Medan jelas memerlukan sosok pemimpin yang visioner dan inovatif.

Persoalan-persoalan di Kota Medan berakar dari dua faktor utama yakni kepemimpinan dan kepercayaan. Seorang pemimpin dituntut untuk “menyederhanakan” persoalan dalam arti bukan meremehkan namun menggunakan pola berfikir yang sederhana dan tidak terjebak pada benang kusut persoalan. Kepemimpinan yang inovatif, kepribadian yang dapat dipercaya, berprestasi, senang turun langsung ke masyarakat dan melayani adalah beberapa indikator dalam memilih Pemimpin yang tepat bagi Kota Medan ke depan. Pelayanan publik yang amburadul merupakan persoalan utama di Kota Medan yang harus ditemukan solusinya yakni melalui reformasi birokrasi. Melalui reformasi birokrasi akan terjadi peningkatan kualitas dan kinerja seluruh perangkat Pemko Medan yang diharapkan melahirkan kebijakan-kebijakan yang tepat. Dalam melahirkan kebijakan yang tepat tersebut maka selain ditentukan

pada kualitas dan kinerja seluruh perangkat Pemko Medan, juga ditentukan dari pola kepemimpinan yang melibatkan warga dalam proses pembuatan, implementasi dan pengawasan kebijakan. Sudah saatnya membangkitkan Kota Medan dari “tidur panjang” dengan melahirkan perubahan rezim kepemimpinan dan momentumnya adalah pada pemilihan walikota mendatang.

Visi : Medan bangkit menjadi kota modern layak huni dan pelayanan publik yang unggul, kota dengan penataan yang kreatif SDM yang menjunjung tinggi hati nurani & berkebudayaan, terciptanya peningkatan kepercayaan dan kesejahteraan masyarakat.

Misi :

- a) Mewujudkan Kota Medan dengan sistem pemerintahan yang bebas korupsi, transparan dan berorientasi pada pelayanan publik.
- b) Menjadikan Kota Medan dengan kemamuan pendapatan daerah yang meningkat dua kali lipat, pengelolaan anggaran yang maksimal dan akuntabel.
- c) Menjadikan Kota Medan sebagai kota Modern yang tertata rapi, terbangunnya budaya masyarakat yang toleran serta memiliki kesadaran lingkungan.
- d) Menjadikan Kota Medan yang bebas dari banjir, macet, pemukiman kumuh, sampah melalui pembenahan infrastuktur dan sarana publik.
- e) Terciptanya masyarakat Kota Medan yang Religius, Cerdas, Kreatif, Unggul, Sehat dan Berkeadilan dengan kemampuan ekonomi yang meningkat signifikan.
- f) Mewujudkan Kota Medan yang melestarikan seni dan budaya, meningkatkan peran pemuda dan prestasi olahraga sebagai aset daerah.

Program Kerja Unggulan :

- a) Melaksanakan reformasi birokrasi; penempatan posisi lurah, camat, kepala dinas dan semua jabatan di bawah walikota berdasarkan uji kompetensi publik oleh lembaga independen dan kredibel.
- b) Peningkatan dua kali lipat anggaran pusat ke Medan dan kenaikan dua kali lipat PAD Medan secara transparan dan akuntabel.
- c) Peningkatan pendapatan kepling, lurah dan camat.

- d) Meningkatkan gairah dan prestasi olahraga terutama sepak bola dan PSMS, catur, tinju, atletik dan lainnya dalam dua tahun sudah terasa hasilnya.
- e) Normalisasi sungai dan memperbaiki sistem dan fasilitas drainase untuk mengatasi banjir.
- f) Mempercepat perbaikan infrastruktur jalan dan mengoptimalkan pengelolaan transportasi massal untuk mengatasi kemacetan.
- g) Revitalisasi pasar-pasar tradisional dalam waktu 3 tahun.
- h) Revitalisasi taman-taman kota & mengembangkan situs-situs sejarah.
- i) Memudahkan pengurusan izin usaha, KTP, akte kelahiran, kartu keluarga dan penghapusan pungli.
- j) Menghidupkan dan memastikan fasilitas dan sarana pengembangan kesenian Melayu, Jawa, Minang, Batak dan semua suku bangsa di Medan dari usia anak-anak hingga dewasa.
- k) Bantuan hukum gratis untuk warga miskin.

C. Hasil Rekapitulasi Suara Pemilihan Walikota Medan tahun 2015.

Keberhasilan kegiatan pemilihan umum (pemilu) tidak hanya tergantung pada penyelenggara pemilu (KPU/KPUD) saja, akan tetapi partisipasi masyarakat juga sangat berperan penting dalam mendukung dalam keberhasilan tersebut. Sebagaimana diungkapkan oleh Husni Kamil Malik yang merupakan Ketua KPU RI, bahwa ada empat faktor yang menyebabkan keberhasilan pemilu. Pertama, profesionalitas pihak penyelenggara, baik itu KPU maupun Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu). Kedua, peserta pemilu yang dalam hal ini adalah partai politik maupun calon-calon kepala daerah. Ketiga, kualitas pemilih. Keempat, peran serta pers. Pers sangat menentukan dalam menciptakan demokrasi yang lebih baik, karena pers adalah alat kontrol sosial, di samping alat untuk menyebarkan informasi.²⁴¹

Partisipasi masyarakat dalam pemilu adalah faktor penting untuk mengukur kualitas sebuah pelaksanaan pemilu, semakin tinggi tingkat partisipasi masyarakat maka semakin berkualitas hasil pemilu tersebut dan sebaliknya.

²⁴¹ <http://www.rmol.co/read/> 2013 /02/24/ 99706 /Husni - Kamil Manik:-Keberhasilan-Pemilu -2014-Ditentukan-Empat-Faktor. di akses pada 24 Februari 2017.

Partisipasi masyarakat biasanya dilandasi oleh kesadaran masyarakat sendiri, akan penting ikut serta dalam pesta demokrasi untuk memilih pemimpin negara atau daerah maupun Dewan Perwakilan Rakyat di Pusat dan Daerah. Membangun kesadaran politik tersebut tidaklah mudah, dibutuhkan pendekatan dan program yang tepat sasaran untuk memotivasi kesadaran dan meyakinkan masyarakat dalam menyalurkan hak politiknya dalam pemilu, terlebih lagi pada hajatan lokal yaitu pemilihan kepala daerah khususnya di Kota Medan.

Partisipasi masyarakat dalam pemilu secara umum sering kali tidak sesuai dengan harapan pemerintah, peserta pemilu maupun penyelenggara pemilu. Sosialisasi maupun pendidikan politik yang dilakukan pihak-pihak terkait belum mampu mendorong tingkat partisipasi yang baik di tengah masyarakat pemilih. Kondisi tersebut tentunya banyak terjadi di daerah-daerah di Indonesia dan propinsi Sumatera Utara pada khususnya yang telah melaksanakan dan mengikuti Pemilihan Umum Kepala Daerah (Pilkada) sejak tahun 2005. Hal tersebut terjadi tentunya banyak alasan dan faktor yang melatarbelakangi menurunnya minat masyarakat untuk berpartisipasi dan menggunakan hak pilihnya pada pemilihan pemimpin lokal di daerah secara langsung.

Kondisi tersebut telah terjadi pada pemilihan Kepada Daerah di Kota Medan pada tahun 2015 yang lalu. Tingkat partisipasi masyarakat untuk memilih walikota dan wakil walikota sangat rendah jika dibandingkan dengan pemilu sebelumnya. Pada pemilu Walikota dan Wakil Walikota Medan tahun 2010 tercatat bahwa jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) sebanyak 1.961.155 dan jumlah yang menggunakan hak pilihnya sebanyak 699.991, dari data tersebut menunjukkan tingkat partisipasi masyarakat sebesar 35,69 % (Putaran 1). Selanjutnya pada pemilu 2015 jumlah pemilih sebanyak 1.998.835 orang, sementara yang menggunakan hak pilih sebanyak 507.350 orang. Data tersebut menggambarkan bahwa tingkat partisipasi masyarakat hanya 26,2 %.²⁴² Berdasarkan perbandingan persentase partisipasi masyarakat pada pilkada 2010 dan 2015 membuktikan bahwa tingkat masyarakat Kota Medan tidak begitu tertarik untuk memilih langsung pemimpin mereka.

Kondisi yang terjadi pada Pilkada Kota Medan tahun 2015 tersebut harus menjadi catatan khusus bagi penyelenggara pemilu, peserta pemilu maupun pihak-

²⁴² Sumber KPU Kota Medan, di akses pada tanggal 10 Agustus 2017.

pihak yang berkepentingan dalam hal itu. Sehingga kejadian ini tidak lagi terulang pada pelaksanaan Pilkada pada periode berikutnya, sebab anggaran yang digunakan untuk itu begitu besar dan itu berasal dari APBD Kota Medan yang sesungguhnya itu bersumber adalah uang rakyat itu sendiri. Meskipun hasil dari pelaksanaan pemilu tersebut tetap sah secara hukum namun kualitas pemilu sangat jauh dari harapan semua pihak dan legitimasi kepemimpinan Kota Medan menjadi rendah di mata masyarakatnya.

Hasil Rekapitulasi perolehan suara pasangan calon Walikota dan Wakil Walikota Medan tahun 2015 secara lengkap dapat dilihat pada daftar perolehan suara per kecamatan sebagaimana di bawah ini :

Tabel 10
Hasil Perolehan Suara Kandidat Walikota Medan 2015

No	Nama Kecamatan	Hasil Perolehan Suara Kandidat Walikota Medan 2015	
		Kandidat no urut 1	Kandidat no urut 2
1	Medan Amplas	17.968	5306
2	Medan Area	21.723	8034
3	Medan Barat	14.573	5949
4	Medan Baru	6426	2347
5	Medan Belawan	14.116	7257
6	Medan Deli	24567	7521
7	Medan Denai	24.567	7521
8	Medan Helvetia	19.528	8672
9	Medan Johor	22.491	7050
10	Medan Kota	13.122	7920
10	Medan Labuhan	19.164	6972
11	Medan Maimun	8.288	2867
12	Medan Marelan	23.176	6610
13	Medan Perjuangan	15.567	8005
14	Medan Petisah	9.321	6151
15	Medan Polonia	7.200	3393
16	Medan Selayang	15.894	5591

17	Medan Sunggal	17.138	6236
18	Medan Tembung	21.932	7555
19	Medan Timur	19.423	9075
20	Medan Tuntungan	12.343	5829
Jumlah		346.406	136.608
Total Suara Sah		483.014	

Sumber : KPUD Kota Medan

Dari hasil rekapitulasi data KPUD Kota Medan menetapkan pasangan calon Dzulmi Eldin -Akhyar Nasution memperoleh 346.406 suara atau 71,72 persen, sementara itu pasangan calon Ramadhan Pohan-Eddie Kusuma memperoleh 136.608 suara atau 28,28 persen. Dalam pilkada ini terdapat 24.336 suara tidak sah jumlah itu mencapai 5.04 persen dari total 507.351 pemilih yang menggunakan haknya.

Angka 507.351 pemilih menjadi catatan tersendiri dalam pilkada walikota Medan 2015. Jumlah itu hanya 25.56 persen dari keseluruhan pemilih terdata dalam daftar pemilih tetap yaitu 1.985.096 pemilih. Jumlah warga yang tidak menggunakan haknya mencapai 1.477.745 jumlah itu 74.44 persen dari DPT. Berdasarkan data dari KPU persentase ini menjadi angka golput tertinggi dalam pemilihan walikota. Hal ini dikuatkan dengan kutipan wawancara Yenni Chairiah Rambe, Ketua KPU Kota Medan menyatakan bahwa :

Banyak faktor yang memengaruhi apatisme masyarakat Kota Medan salah satunya ialah perspektif masyarakat terhadap output yang dihasilkan oleh proses pemilu. Masyarakat menjadi hilang kepercayaannya terhadap pemerintah, masyarakat Kota Medan disuguhkan beberapa kejadian dimana Walikota dan para anggota DPRD yang merupakan hasil pemilu terlibat kasus.²⁴³

Hasil informasi yang diperoleh peneliti melalui wawancara dengan beberapa dai Kota Medan, mereka menyebutkan bahwa pilkada Kota Medan tahun 2015 merupakan Pilkada berkualitas rendah jika dilihat dari partisipasi masyarakat pemilih yang hadir memberikan hak suaranya pada hari H pemilihan. Kendatipun demikian dai merasa bahwa kerja-kerja mereka untuk mendorong partisipasi umat Islam khususnya para jamaah pengajian diyakini telah membawa

²⁴³ Lihat lebih Lanjut, KPU.go.id 2015.28 Oktober ."Kurangi Apatisme pemilih KPU Kota Medan gencar sosialisasi", <http://www.kpu.go.id/index.php/post/read/2015/4896> di akses pada tanggal 12 April 2018.

kemenangan untuk pasangan Eldin-Ahyar yang mendapat suara mayoritas umat Islam. Para dai menyadari bahwa kemampuan dan pengaruh mereka masih pada lingkungan pengajian yang mereka bina, diluar itu mereka tidak mampu untuk memengaruhi sikap politik masyarakat.

Selanjutnya, berdasarkan analisa para dai mereka meyebutkan ada beberapa faktor yang melatarbelakangi rendahnya tingkat partisipasi masyarakat tersebut. Faktor pertama, kualitas penyelenggara. Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) Kota Medan sebagai pelaksana dan penanggung jawab pilkada Kota Medan dianggap berbagai kalangan lalai dalam menjalankan tugas dan fungsinya dengan baik. Hal tersebut didasarkan pada persoalan daftar pemilih tetap (DPT) yang dianggap tidak *update* sehingga banyak pemilih potensial yang tidak masuk dalam DPT, ditambah lagi masih banyaknya daftar pemilih ganda dan masih ditemukan pemilih yang sudah meninggal dunia masih tercantum dalam DPT. Selain persoalan DPT, KPUD dianggap tidak serius melakukan sosialisasi pilkada Kota Medan. Sosialisasi yang dilakukan sangat kurang, hanya sebatas pada iklan layanan masyarakat yang dipasang dalam bentuk baliho, spanduk dan pemberitaan di media massa. Seharusnya KPUD dalam hal ini tidak melibatkan komponen masyarakat, seperti tokoh agama, tokoh adat, tokoh kepemudaan, ormas-ormas dan lembaga pendidikan di Kota Medan. Sehingga kekuatan magnet pilkada Kota Medan menjadi lemah dalam menarik minat masyarakat untuk ikut berpartisipasi dan mensukseskan hajatan lima tahunan tersebut.²⁴⁴

Faktor Kedua, pembangunan kota. Masyarakat Kota Medan pada lima tahun terakhir menunjukkan sikap ketidakpuasan mereka terhadap walikota dan wakil walikota, karena faktor kinerja walikota dan program-program pembangunan yang sangat kurang dirasakan oleh masyarakat. Seperti halnya masalah banjir, sampah, jalan yang rusak, drainase dan lain sebagainya. Bagi masyarakat, Kota Medan menjadi kota yang tidak nyaman, tidak aman dan tidak modern sebagaimana yang diharapkan oleh masyarakat. Sebagai Ibukota Propinsi dan sebagai kota Metropolitan pembangunan hanya dirasakan di inti kota, sementara pada daerah yang lain pembangunan infrastruktur sangat mengecewakan. Masyarakat menilai bahwa Walikota telah gagal menanggulangi

²⁴⁴ Hasrat Effendi Samosir, Pengurus Muhammadiyah Kota/Dosen UIN SU Medan, wawancara di Medan, tanggal 21 Oktober 2017.

masalah banjir yang terjadi setiap tahunnya, sampah dimana-mana sehingga Kota Medan terkesan kumuh, saluran drainase yang sangat kurang perhatian dan banyak jalan berlubang sehingga sering mengakibatkan terjadi kecelakaan bagi pengguna jalan.

Faktor ketiga, pelayanan publik. Masyarakat menilai bahwa pelayanan publik sangat jauh dari yang diharapkan, pemerintah hanya indah ketika membuat iklan layanan masyarakat dan slogan-slogan di papan reklame namun kenyataannya yang selama ini terjadi dan dirasakan oleh sebagian besar masyarakat Kota Medan bahwa pelayanan yang dilakukan itu lambat, bertele-tele, banyak beban dan banyak biaya serta terkesan korup. Misalnya pelayanan pembuatan KTP, Kartu Keluarga dan Kartu Akte Kelahiran untuk mendapatkannya tidak semudah yang di Iklankan dan harus mengeluarkan biaya tambahan yang tidak sedikit. Demikian juga dengan pelayanan kesehatan bagi masyarakat tidak mampu sangat jauh dari apa yang diharapkan,

Faktor keempat, masalah ekonomi. Masyarakat Kota Medan menilai bahwa Pemerintah kota tidak berhasil untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal itu dikarenakan faktor sulitnya bagi masyarakat untuk mencari pekerjaan yang layak, sehingga banyak generasi potensial yang akhirnya harus menjadi pengangguran. Padahal masyarakat berharap besar terhadap pemerintah kota karena Kota Medan memiliki Kawasan Industri Medan (KIM) yang seharusnya itu mampu menopang dan menolong masyarakat Kota Medan untuk mendapatkan pekerjaan dan kehidupan yang layak. Pada sisi yang lain, masyarakat menilai bahwa pemerintah kota tidak mampu menjaga kestabilan harga-harga kebutuhan pokok di masyarakat. Kebutuhan pokok terkesan diserahkan sepenuhnya oleh mekanisme pasar, sehingga harga-harga kebutuhan pokok tersebut menjadi tinggi dan tidak terkendali, sehingga hal ini menyebabkan biaya hidup menjadi mahal dan beban hidup masyarakat bertambah.

Faktor kelima, krisis kepercayaan. Masyarakat Kota Medan pada lima tahun terakhir telah mengalami krisis kepercayaan yang tinggi terhadap pemimpin kota Medan. Bagi mereka para pemimpin kota hanya pandai menawarkan janji-janji manis dan angin surga pada saat kampanye, pada saat pemilihan walikota dan wakil walikota. Namun ketika sudah terpilih, mereka lupa dengan apa yang pernah dijanjikan manis tersebut. Bagi sebagian besar masyarakat Kota Medan

beranggapan bahwa kekuasaan itu hanya indah bagi mereka yang berkuasa dan bagi rakyat biasa tetap menderita. Pada sisi yang lain, masyarakat menilai bahwa calon-calon Walikota dan Wakilnya belum diyakini mereka mampu membawa perubahan besar bagi kota dan masyarakatnya.

Dari dua pasangan calon yang ditampilkan yaitu Dzulmi Eldin-Ahyar Nasution. Eldin sebagai calon *incumbent* dianggap gagal memenuhi janjinya untuk membangun Kota Medan lebih baik, seperti masalah pembangunan infrastruktur yang belum berdampak signifikan dalam mengantisipasi banjir setiap musim penghujan, ditambah lagi kondisi jalan-jalan kota yang terlihat masih banyak yang rusak dan persoalan lainnya. Pada sisi yang lain, Ramadhan Pohan dianggap sebagai pendatang baru yang kapasitas dan kualitasnya belum diketahui masyarakat luas. Hal ini menambah daftar panjang ketidaktertarikan masyarakat mengikuti pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Medan tahun 2015 tersebut.

Faktor keenam, tidak terjadinya transaksi *money politic* atau politik uang. Faktor terakhir ini agak sulit untuk dibuktikan karena sifatnya sangat rahasia dan pihak-pihak pelaku maupun penerima tidak akan terbuka dalam mengungkapkannya. Namun sesungguhnya praktek ini seringkali terjadi dan turut andil dalam mewarnai pesta-pesta demokrasi dan turut memengaruhi tingkat partisipasi masyarakat untuk memilih calon-calon pada pemilihan anggota legislatif, Presiden, maupun kepala daerah. Peneliti mengungkapkan ini berdasarkan pada wawancara temuan observasi dilapangan bahwa ada ungkapan yang populer dimasyarakat dengan sebutan “Nomor Piro, Wani Piro” yang disingkat NPWP. Makna dari NPWP adalah calonnya nomor berapa yang harus dipilih dan uang yang diberikan berapa besar untuk memilihnya. Slogan ini terkadang terucap secara sadar maupun tidak dari obrolan-obrolan di kelompok-kelompok kecil masyarakat secara non formal, seperti di warung-warung kopi, pos-pos kamling, dan tempat kumpul lainnya warga masyarakat ketika dihadapkan pada momentum pemilu. Selain slogan itu, peneliti juga menemukan ungkapan “Jelas Ngak Pucuknya”, artinya jelas apa tidak uangnya. Analisa peneliti dalam menyikapi hal ini mengarah pada kesimpulan awal bahwa Praktek-praktek money politik itu tidak terjadi pada pemilihan Walokota dan Wakil Walikota Medan tahun 2015.

Berdasarkan keenam faktor yang melatarbelakangi rendahnya tingkat partisipasi masyarakat Kota Medan pada pilkada tahun 2015 tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Kota Medan adalah para pemilih rasional yang

aktif menilai pemimpinnya sesuai apa yang mereka alami dan rasakan dalam kehidupan pribadi, sosial, ekonomi dan politik. Sehingga masyarakat beranggapan bahwa tidak ada keuntungan bagi mereka untuk terlibat dan memilih calon walikota dan wakilnya periode 2015-2020. Kondisi yang terjadi ini dapat dianalisa berdasarkan teori Anthony pencetus Teori Pilihan Rasional, menurut Downs melalui deskripsinya mengenai *homo economicus*, menyebutkan bahwa seorang pemilih rasional hanya menuruti kepentingannya sendiri atau kalau pun tidak, akan senantiasa mendahulukan kepentingan pribadinya di atas kepentingan orang lain. Hal itu disebut dengan istilah *self-interest axiom*. Walaupun menurut Downs tidak semua orang merupakan sosok manusia yang egois, namun ia berkesimpulan bahwa “sosok-sosok yang heroik” dari segi jumlah sangat sedikit dan dapat diabaikan. Manusia bertindak egois dikarenakan mereka ingin memenuhi kebutuhan materialnya, yaitu pemasukan atau harta benda yang mereka harapkan. Jika hal ini diterapkan pada perilaku pemilih, maka ini berarti bahwa pemilih yang rasional akan memilih calon pemimpin yang paling menjanjikan keuntungan bagi diri mereka. Pemilih tidak terlalu tertarik kepada konsep politik sebuah partai atau kandidat, melainkan pada keuntungan besar yang mereka peroleh apabila calon tersebut menduduki jabatan di pemerintahan dibandingkan dengan yang lain.²⁴⁵

D. Keterlibatan Dai Pada Pemilihan Walikota Medan tahun 2015

Sebagaimana yang telah diuraikan dalam pembahasan pada bab II, dapat dipahami bahwa dai merupakan orang yang mengajak orang lain baik secara langsung maupun tidak langsung dengan kata-kata, perbuatan atau tingkah laku ke arah kondisi yang baik atau lebih baik menurut syariat Al Qur'an dan Sunnah. Dalam arti bahwa setiap orang yang mengajak orang lain kepada kebaikan baik melalui lisan, tulisan, dan perbuatan, maka dapat dikatakan sebagai dai.

Dai merupakan *guide* atau pemandu terhadap orang-orang yang ingin mendapatkan kebaikan dan keselamatan hidup di dunia dan akhirat. Ia adalah penunjuk jalan kepada kebaikan. Oleh karena itu, ia di tengah masyarakat memiliki kedudukan yang amat penting, sebab ia adalah seorang pemuka (pelopor) yang selalu diteladani oleh masyarakat. Perbuatan dan tingkah lakunya selalu dijadikan tolak ukur oleh masyarakat atau umat. Dai adalah publik figur

²⁴⁵ Anthony Down, *An Economic Theory Of Political Action In A Democracy* (Us: at The Jurnal Of Political Economy, Volume 65, issue 2, 1957), h. 49.

yang senantiasa dijadikan panutan oleh umat. Kalau dalam istilah bahasa Jawa dai itu harus memiliki sikap istilah *Ing Ngarso Sung Tulodo* (kalau kedudukan berada di depan umat, harus bisa jadi teladan).

Keberadaan dai di tengah-tengah umat merupakan seorang pemimpin khususnya pemimpin agama walau tidak pernah dinobatkan secara resmi sebagai pemimpin. Kemunculan dai sebagai pemimpin adalah atas pengakuan masyarakat yang tumbuh secara bertahap. Hal ini karena keberadaan dai di tengah-tengah umat diakui dapat membangkitkan karsa atau perilaku mereka, sehingga umat dapat melakukan dan menerapkan nilai-nilai kebaikan dalam hidupnya. Inilah yang dikenal dalam bahasa Jawa istilah "*Ing Madio Mangun Karso*" (kalau berada di tengah-tengah masyarakat dapat membangkitkan karsa).

Selain itu keberadaan dai juga senantiasa mampu memberikan motivasi atau dorongan kepada umat melalui melalui aktivitas ceramah, pengajian, nasehat dan khutbah yang disampaikan, sehingga umat terdorong untuk mengaplikasikan ajaran Islam dalam kehidupannya. Inilah yang dikenal dalam bahasa Jawa istilah "*Tutwuri Handayani*" (kalau berada di belakang ia mampu memberikan motivasi atau dorongan).

Keterlibatan dai dalam politik lokal sesungguhnya berimplikasi pada dua muara yaitu positif dan negatif. Keberadaan dai sesungguhnya sangat diperlukan disatu sisi untuk mempertegas keyakinan umat untuk ikut andil dalam kegiatan demokrasi lokal lima tahunan di suatu daerah, bahkan posisi dai terkadang sangat menentukan keberhasilan seorang kandidat maupun partai politik yang terlibat dalam kontestasi pemilihan umum yang dilaksanakan. Namun pada sisi yang lain ternyata kehadiran dai di panggung politik lokal malah menambah daftar hitam persoalan di tengah masyarakat, terlebih jika dai terlibat dalam posisi tidak netral. Tingkat kepercayaan masyarakat kepada dai yang terlibat dalam panggung politik semakin rendah. Dai tidak dijadikan rujukan bagi masyarakat dalam menentukan sikap dan pilihannya dalam pentas politik lokal. Dua poros tersebut menjadi pemikiran tersendiri bagi sebagian kalangan, untuk melintakan dan memposisikan dai dalam pentas politik lokal di Indonesia.

Terkait dalam penelitian ini, peneliti berupaya mengungkap secara komperhensif dan mendalam pandangan dai terkait dengan dakwah dan politik serta keterlibatan mereka dalam ranah politik di Kota Medan. Berdasarkan

penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa para dai di Kota Medan berbeda pendapat tentang dakwah dan politik, ada dua pendapat terkait hal tersebut. Pertama, dakwah harus sejalan dan bersentuhan langsung dengan politi. Kedua, dakwah harus dipisahkan dari politik.

1. Dakwah harus sejalan dengan politik.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ustaz Damri Tambunan, terkait dakwah dan politik beliau mengungkapkan bahwa dakwah dan politik itu harus berjalan beriringan dan berdampingan. Bagi mereka yang memisahkan keduanya, atau yang menolak politik hal itu menunjukkan ketidakpahaman terhadap ajaran Islam yang sempurna dan *rahmatan lil 'alamin*. Sesungguhnya keduanya itu saling melengkapi dan penting bagi kehidupan umat Islam khususnya, dengan dakwah ditegakkan maka keberlangsungan ajaran Islam tetap terjaga dan jika politik dilakukan maka melalui kekuasaan itu akan menopang dan memperkuat dakwah yang dilakukan. Oleh karena itu umat Islam harus menyadari hubungan tersebut sehingga mereka akan terlibat secara aktif dalam setiap aktivitas dakwah dan politik di tengah kehidupannya, sesungguhnya hal itu yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad Saw kepada para sahabatnya.²⁴⁶

Ustaz Zulkarnaen Sitanggang terkait dengan dakwah dan politik tersebut, menjelaskan bahwa kegiatan dakwah itu tidak sekedar bimbingan terhadap tema-tema ibadah kepada Allah Swt semata, seperti salat, puasa, zakat, haji dan sebagainya, namun lebih luas lagi bahwa segala sesuatu yang berhubungan dengan kehidupan manusia, apakah itu ekonomi, sosial, budaya, dan politik harus menjadi garapan para juru dakwah. Sehingga tidak menjadi persoalan jika ada juru dakwah yang terlibat dalam aktivitas politik, karena politik itu juga bagian dari ajaran Islam yang harus diterapkan dalam kehidupan umat Islam.²⁴⁷

Ustaz Hasrat Effendi Samosir juga menyebutkan terkait hal tersebut:

Berpolitik adalah hal yang sangat penting bagi kaum muslimin. Ini kalau kita memahami betapa pentingnya mengurus urusan umat agar tetap berjalan sesuai dengan syari'at Islam. Terlebih lagi memikirkan atau memperhatikan urusan umat Islam hukumnya wajib. Sedangkan dakwah adalah menyeru kepada hal kebaikan, mengajak umat muslim mematuhi dan menjauhi larangan Allah, namun dakwah ini tidak akan berjalan

²⁴⁶ Damri Tambunan, Sekretaris Majelis Silaturahmi Ustaz dan Ustazah (MAS-UD) Kota Medan/Dai, wawancara di Medan, tanggal 21 Oktober 2016

²⁴⁷ Zulkarnaen Sitanggang, Pengurus Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan/da'i, wawancara di Medan, tanggal 14 Oktober 2016

dengan sempurna tanpa adanya kekuatan, nah kekuatan untuk dakwah itu apa, salah satunya itu ya politik. Politik dalam hal ini politik yang sesuai dengan syariat Islam bukan politik yang kotor yang keluar dari jalur Islam. Jadi menurut saya politik dan dakwah adalah suatu hal yang tidak dapat dipisahkan, tidak bisa berdiri sendiri bahkan tanpa adanya kekuasaan atau politik akan sangat kesulitan dalam menerapkan nilai-nilai Islam.²⁴⁸

Ustaz Rudi Suntari juga menyampaikan :

Dakwah dan politik merupakan satu kesatuan unsur yang tak dapat terpisahkan. Melalui politik, upaya dakwah yang dilakukan para ulama pun akan dapat berjalan lancar. Dakwah itu memerlukan kekuasaan. Pada prinsipnya Rasulullah Saw telah memberikan landasan sistem berpolitik dan berdakwah, baik itu dalam skala kecil atau besar dalam sebuah Negara. Yang harus dikedepankan dalam membangunnya adalah nilai-nilai Islam dan ketulusan. Itulah politik dalam Islam yang tidak mengenal politik kotor tetapi selalu ingin menciptakan keindahan dengan keindahan dimanapun dan kapanpun. Politik yang dibangun Islam adalah makna pengaturan, pengayoman dan harus punya fungsi *rahmatan lil 'alamin* dalam arti keindahannya dapat dirasakan oleh siapapun dan apapun yang ada di alam ini.”²⁴⁹

Sejalan dengan hal di atas, ustaz Sangkot Saragih dalam sesi wawancara, dengan jelas menyebutkan bahwa:

Kita harus memandang bahwa Islam itu adalah agama *rahmatan lil alamin*, oleh karena itu Islam harus menjadi nilai yang dipegang teguh oleh umat. Nilai yang dimaksud itu harus berwujud pada aturan, undang-undang dan lain sebagainya. Kemudian untuk mewujudkan itu tentunya kita harus didukung oleh kekuasaan itu seperti halnya Nabi Muhammad di Madinah. Nah, di sinilah peran kita para ustaz seharusnya, bukan sekedar ceramah dari mimbar ke mimbar atau dari pengajian ke pengajian lain saja. Bagi saya dakwah dan politik itu sesuatu yang wajib bagi umat, terlebih para ustaz. Sehingga jangan dipisah-pisahkan keduanya, bisa repot nanti umat. Jika dipisah itu masalah, contohnya Jakarta yang dipimpin Ahok yang non muslim.²⁵⁰

Lebih lanjut ustaz Sangkot Saragih mengatakan bahwa dai dan umat Islam harus berpolitik, karena jika dai dan umat Islam tidak berpolitik maka umat Islam akan dipimpin oleh orang-orang munafik, orang-orang fasik, atau orang kafir yang jelas-jelas itu bertentangan dengan Alquran dan hadis Nabi. Sebagaimana dijelaskan dalam Alquran bahwa janganlah orang yang beriman (Islam) itu memilih orang-orang Yahudi dan Nasrani untuk menjadi pemimpinmu (surah Al

²⁴⁸ Hasrat Effendi Samosir, Pengurus Muhammadiyah Kota Medan/Dai, wawancara di Medan, tanggal 26 Oktober 2016.

²⁴⁹ Rudi Suntari, Ketua Majelis Thariqoh Suaralaya/Dai, wawancara di Medan, tanggal 09 Oktober 2016.

²⁵⁰ Sangkot Saragih, Ketua KBIHU Kota Medan/dai, wawancara di Medan, tanggal 21 Agustus 2016.

Maidah ayat 51). Larangan ini sebagai tanda peringatan bahwa urusan pemimpin itu adalah hal yang prinsip dan penting dalam kehidupan bersama khususnya umat Islam dan jika pemimpin itu tidak se aqidah di khawatirkan akan berimbas pada dakwah Islam di tengah masyarakat, pada sisi yang lain dikhawatirkan kebijakan pemerintah yang akan diambil merugikan kepentingan umat Islam. Sebagaimana telah diingatkan Allah dalam Alquran bahwa sesungguhnya orang-orang Yahudi dan Nasrani itu tidak pernah senang kepada kamu (Islam) sampai kamu mengikuti agama mereka (surah Al Baqorah ayat 120).²⁵¹

Selanjutnya, ustaz Amhar Nasution juga menegaskan bahwa dakwah itu penting di tegakkan dalam kehidupan manusia sebagai upaya melanjutkan tugas keNabian yang diemban oleh Nabi Muhammad Saw. Berkat dakwah yang dilakukan oleh Nabi Muhammad Saw, maka Islam telah tersebar luas dan Islam sebagai agama yang dianut sebahagian besar umat manusia di muka bumi ini. Melalui kekuasaan yang dimiliki oleh nabi Muhammad di Madinah, ia telah banyak menyampaikan dan mengajak para raja di banyak daerah atau negara untuk menerima Islam melalui surat atau mengutus sahabat (dai) untuk menjelaskan ajaran yang beliau bawa untuk umat manusia. Hal itu menunjukkan bahwa dakwah yang dilakukan nabi Muhammad Saw juga melalui pengaruh kekuasaannya atau melalui politik, ini bukti bahwa politik itu memiliki hubungan dengan dakwah. Sehingga umat Islam jangan lagi menganggap bahwa politik itu bukan bagian dari Islam, atau politik itu tidak ada relevansinya dengan dakwah.²⁵²

Selanjutnya, menurut pandangan ustaz Sobirin bahwa politik adalah kebaikan, maka kebaikan itu harus tetap dijaga sehingga ia akan tetap menjadi baik. Penting untuk diketahui bahwa salah satu cara untuk mewujudkan kebaikan dalam tatanan masyarakat adalah melalui politik, karena proses mengangkat pemimpin itu melalui sistem politik. Jika orang-orang baik itu jauh dari politik, maka system dan produk politik itu akan jauh dari kebaikan, sehingga kesadaran masyarakat terlebih lagi dai dalam politik itu merupakan hal yang baik dan positif. Karena masih banyak umat Islam belum memahami dengan baik politik itu maka

²⁵¹ Sangkot Saragih, wawancara di Medan, tanggal 21 Agustus 2016.

²⁵² Amhar Nasution, Ulama Mitra Kamtibnas Sumatera Utara/dai, wawancara di Medan, tanggal 25 Oktober 2016.

kehadiran dai sangat dibutuhkan untuk memberikan pencerahan kepada umat Islam tentang politik.²⁵³

Menyikapi keterlibatan dai di pilkada Kota Medan tahun 2015, Drs. H. Yulizar Parlagutan Lubis menyatakan bahwa dai yang terlibat dalam politik dan turut memperjuangkan aspirasi umat Islam melalui Pilakda Kota Medan itu sesungguhnya mereka yang memahami Islam secara *kaffah*. Karena dakwah itu merupakan sebuah kewajiban yang harus ditunaikan umat Islam untuk menyampaikan ajaran Islam yang dibawa oleh Nabi Muhammad Saw kepada umat manusia. Hal itu berarti bahwa selagi dakwah masih terus ditunaikan maka Islam akan tetap terjaga di muka bumi ini, sebaliknya jika dakwah ditinggalkan maka Islam hanya akan tinggal kenangan. Sehingga tanggung jawab terhadap dakwah tersebut bukan sekedar tugas para dai semata, namun semua umat Islam juga bertanggung jawab atas keberlangsungan dakwah tersebut. Selanjutnya, dakwah akan semakin kuat jika ditopang dengan kekuatan-kekuatan politik dan kekuasaan, oleh karena itu umat Islam jangan sampai tabu atau menolak politik apalagi terhadap politik Islam, partai-partai politik yang berasakan Islam karena pada prinsipnya semua itu adalah sebuah ikhtiar untuk mewujudkan *amar ma'ruf nahi mungkar* dalam kehidupan masyarakat.²⁵⁴

Pada waktu yang lain Drs. H. Yulizar P. Lubis juga menambahkan bahwa kekuatan politik umat Islam di Kota Medan ini akan berbanding lurus dengan kekuasaan apabila pemimpin kota ini adalah muslim dan didukung oleh mayoritas umat di Kota Medan. Sehingga kebijakan yang akan disusun dan dijalankan nantinya berdampak positif untuk umat dan masyarakat secara luas. sebagai ketua partai politik dan ormas Islam di Medan saya turut bertanggung jawab untuk mendudukan sosok-sosok yang memiliki kedekatan dengan umat dan berkomitmen membangun kota berdasarkan semangat dan nilai-nilai yang diajarkan Nabi Muhammad Saw. Karakter itu ada pada pasangan Eldin dan Ahyar. Alasan yang kedua adalah bahwa Eldin sudah terbukti selama ini memimpin Medan, yang sebelumnya beliau itu pernah menjadi wakil walikota dan kemudian menggantikan walikota untuk menyelesaikan masa jabatannya. Sebelumnya beliau juga dikenal sebagai seorang Birokrat yang cerdas dan sukses sampai

²⁵³ Sobirin, Pengurus DPC Partai Demokrat Kota Medan/Dai, wawancara di Medan, tanggal 20 Januari 2019.

²⁵⁴ Yulizar Parlagutan Lubis, Ketua DPW PPP Sumatera Utara. wawancara di Medan, tanggal 3 Oktober 2016.

menduduki jabatan sebagai sekretaris daerah Kota Medan sebelum ikut tampil pada pentas Pilkada Kota Medan 2010 (Rahudman-Eldin) dan 2015 (Eldin-Ahyar) yang lalu. Posisi PPP sangat jelas untuk memenangkan Eldin-Ahyar dan untuk itu kekuatan PPP bersama dengan komunitas ustaz-ustaz yang berhimpun di partai sampai di kelurahan kita dorong untuk membantu dan memastikan kemenangan tersebut.²⁵⁵

2. Dakwah harus dipisahkan dari politik.

Berdasarkan hasil wawancara terkait dengan dakwah dan politik, Ustaz Maulana Ibrahim menjelaskan bahwa aktivitas dakwah Islam harus dipisahkan dengan kegiatan politik, sebab kegiatan dakwah merupakan kegiatan menegakkan yang hak dan mencegah perbuatan yang batil sesuai dengan ajaran Islam. Sementara kegiatan politik merupakan kegiatan yang banyak diwarnai dengan aktivitas tipu daya, suap, dan menghalalkan segala cara untuk memperoleh kedudukan dan jabatan. Terkadang dalam politik itu yang benar menjadi salah dan yang salah bisa menjadi benar, hal itu jelas bertentangan dengan ajaran Islam yang mengajarkan kesucian iman dan menegakkan amal soleh.²⁵⁶

Pendapat di atas juga sejalan dengan pernyataan ustaz Fikri Maulana yang mengungkapkan bahwa dakwah merupakan kegiatan mengajak manusia kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkarannya, dengan tujuan agar manusia memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat. Dengan adanya kegiatan dakwah, diharapkan manusia memahami dan termotivasi untuk berbuat baik serta dapat meninggalkan perbuatan-perbuatan yang dilarang Allah Swt. Hal tersebut menunjukkan bahwa aktivitas dakwah merupakan kegiatan suci yang berorientasi pada Al Qur'an dan sunnah Nabi, sementara politik merupakan kegiatan yang dekat dengan dosa. Praktek-praktek politik menimbulkan perilaku kejahatan, kebencian, kelicikan dan tipu muslihat, adu domba dan lain sebagainya yang pada umumnya itu tidak dianjurkan dalam Islam. Oleh karena itu dakwah harus dipisahkan dengan kegiatan politik, dan para dai tidak perlu terlibat dalam

²⁵⁵ Yulizar Parlagutan Lubis, wawancara di Medan, tanggal 3 Oktober 2016.

²⁵⁶ Maulana Ibrahim, S.Ag Anggota Jamaah Tabligh / Dai, wawancara di Medan pada tanggal 18 Desember 2017.

aktivitas politik, karena dapat mencoreng nama baik. Hal itu sudah terbukti dalam beberapa pemilu dan pilkada beberapa waktu yang lalu.²⁵⁷

Sementara itu ustaz Paidi berpendapat bahwa kegiatan utama seorang dai adalah melanjutkan dakwah Islam yang di bawa Nabi Muhammad Saw di tengah-tengah umat manusia untuk menyampaikan petunjuk (*hudan*) hidup sesuai dengan Al Qur'an dan hadis. Apabila manusia sudah berjalan mengikuti petunjuk, maka dia akan selamat dunia dan akhirat. Sementara politik yang dipraktekkan saat ini itu jauh dari nilai-nilai Al Qur'an dan nadis Nabi Muhammad Saw, dan politik dalam prakteknya hanya dekat dengan perebutan kekuasaan atau pemerintahan baik di tingkat pusat maupun daerah. Sehingga politik itu tidak ada hubungannya dengan dakwah. Dakwah bisa sampai ke Benua Erofa dan Amerika atau belahan bumi lainnya itu karena masih ada umat Islam yang terpanggil dan masih mau menyampaikan Islam di berbagai tempat di dunia dan hal itu bukan ada hubungannya dengan politik.²⁵⁸

Konsekuensi dari dua kelompok pendapat di atas, maka berpengaruh terhadap eksistensi atau keberadaan dai dalam setiap momentum politik yang berlangsung baik itu kegiatan pemilihan presiden, anggota legislatif, pemilihan gubernur, bupati, maupun pemilihan walikota, termasuk dalam pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Medan yang terjadi pada tahun 2015. Pada kegiatan pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Medan yang terjadi pada tahun 2015, eksistensi para dai cukup beragam berdasarkan kepentingan dan keyakinan masing-masing dai. Eksistensi dai tersebut peneliti kelompokkan menjadi empat kelompok, yaitu: Kelompok dai yang mendukung secara langsung, Kelompok dai yang mendukung secara, Kelompok dai yang menolak, dan Kelompok dai yang netral.

a. Kelompok Dai yang mendukung secara langsung.

Kelompok ini merupakan kelompok para dai yang secara langsung dan terbuka memberikan mendukung kepada salah satu kandidat Walikota Medan tahun 2015, meskipun tidak termasuk dalam tim kampanye resmi pemenang calon yang terdaftar di Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) Kota Medan. Namun dalam aktivitas dakwah dan aktivitas-aktivitas lainnya yang dilakukan

²⁵⁷ Fikri Maulana, Anggota Jamaah Tabligh / Dai, wawancara di Medan, tanggal 20 Desember 2017.

²⁵⁸ Paidi, Dai. Wawancara di Medan, tanggal 22 Desember 2017.

jelas-jelas memberikan dukungan terhadap salah satu kandidat yang ada. Dukungan tersebut diberikan dalam rangka memenangkan salah satu kandidat tertentu.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ustaz Sangkot Saragih, terkait dengan keterlibatannya mendukung salah satu kandidat Walikota Medan, beliau mengatakan:

Saya lahir di Medan, besar di Medan, sekolah di Medan, cari makan juga di Medan masak tidak tercatat sebagai orang yang turut berbuat untuk Medan dan keberadaan saya dalam politik pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Medan 2015 yang lalu, bukanlah tim sukses resmi, akan tetapi saya mendukung pasangan nomor urut 1, karena saya yakin pasangan tersebut akan dapat membawa kemajuan dan perubahan Kota Medan. Karena pasangan tersebut merupakan orang-orang yang sudah memiliki pengalaman dalam memimpin Kota Medan. Apalagi kedua-duanya juga muslim.²⁵⁹

Sejalan dengan pernyataan di atas, ustaz Damri Tambunan, yang juga pendukung Dzulmi Eldin dan Akhyar Nasution, calon nomor urut 1 mengatakan:

Saya sebagai ustaz sekaligus sebagai Sekretaris MAS-UD Kota Medan, mendukung calon pasangan nomor urut 1 Bang Eldin dan Akhyar untuk menjadi walikota dan wakil walikota periode 2015-2020. Dalam berbagai kesempatan, terutama dalam kegiatan pengajian, saya senantiasa menyampaikan dan mengajak jamaah untuk memilih pemimpin yang Islam-Islam. Hal itu tentunya akan membawa kemaslahatan bagi umat Islam.²⁶⁰

Pandangan tokoh Partai tersebut di amini oleh beberapa ustaz yang peneliti temui pada tempat terpisah, salah satunya adalah Ustaz M. Daud Sagita beliau adalah Ketua ormas Persaudaraan Muslim Indonesia (Parmusi) Kota Medan. Wawancara dengan Ustaz M. Daud Sagita di Warung Kopi IAIN Sutomo (Fraksi D), beliau menjelaskan bahwa para Ustaz atau ulama, kyai atau apapun sebutannya harus terjun dan aktif dalam politik dan ikut mewarnai pemerintahan. Jika ini ditinggalkan maka dampak yang akan didapat adalah kecelakaan dan kerugian bagi umat Islam, ibarat kendaraan yang berjalan tanpa setir dan rem.

Jika para ustaz atau dai hanya sibuk bicara pahala dan dosa, surga dan neraka saja, sedangkan umat yang lain sibuk dengan kekuasaan dan kedudukan maka bersiaplah umat Islam untuk merasakan neraka dalam kehidupannya. Bayangkan saja, jika orang-orang baik itu alergi masuk Partai politik, alergi jadi Caleg, alergi jadi pejabat, alergi jadi Walikota, Gubernur bahkan Presiden. Karena menganggap politik dan kekuasaan itu

²⁵⁹ Sangkot Saragih, wawancara di Medan, tanggal 17 Oktober 2016.

²⁶⁰ Damri Tambunan, wawancara di Medan, tanggal 20 Oktober 2016.

kotor, dosa dan jauh dari nilai agama. Terus mereka yang para pendosa, pelaku maksiat, tidak tau agama, tidak ada agama dihatinya, orang fasik, munafiq atau orang kafir yang malah serius dalam politik dan kekuasaan, bagaimana jadinya umat ini.²⁶¹

Ustaz M. Daud Sagita menambahkan, melalui momentum pilkada ini, dai seharusnya menjadi motor untuk memberikan pencerahan dan pendidikan politik kepada umat. Harapannya, umat Islam harus melek politik, melek kekuasaan dan sebisa mungkin merebut dan kuasai politik serta kekuasaan itu untuk jalan dakwah lebih mudah dan kebesaran Islam di tengah umat manusia. Seharusnya para ustaz di Medan ini mengambil contoh pada Nabi Muhammad Saw, Abu Bakar Sidiq, Umar bin Khatab, Utsman bin Affan, dan Ali bin Abi Thalib ketika memimpin Islam di Madinah. Dengan kekuasaan yang mereka miliki maka dakwah Islam mampu menyebar ke berbagai penjuru dunia. Bukan malah sebaliknya ustaz hanya mengajak umat untuk memikirkan hari akhir saja. Ustaz M. Daud menyadari bahwa mendukung kepada salah satu kandidat Walikota bukan tidak memiliki resiko secara pribadi kepada dai, hal terburuk menurutnya adalah ditinggalkan oleh jamaah. Namun memilih pemimpin yang diisyaratkan oleh Al Qur'an dan nadis Nabi Muhammad Saw menjadi penting untuk disampaikan kepada umat Islam secara benar agar umat tidak salah dalam menentukan pemimpinnya.²⁶²

Di samping itu, berdasarkan hasil wawancara dengan ustazah Hj. Bunda Indah pendukung calon Ramadhan Pohan dan Eddie Kusuma, calon nomor urut 2, beliau mengatakan:

Saya mengenal baik kedua pasangan calon Walikota Medan, apakah Pak Eldin maupun Pak Ramadhan Pohan. Bagi saya keduanya adalah orang baik dan calon pemimpin yang bercita-cita memajukan Kota Medan. Namun, saya melihat bahwa terlalu banyak masalah yang terjadi di Kota Medan dan itu belum mampu terselesaikan dengan baik oleh Walikota sebelumnya. Tentunya ini sebuah catatan saya bahwa Kota Medan harus diurus oleh orang yang tepat, punya visi dan komitmen terhadap rakyat kecil.²⁶³

Ustazah Hj. Bunda Indah menambahkan bahwa semestinya semua elemen masyarakat harus turut peduli untuk memikirkan pembangunan di Kota Medan

²⁶¹ M. Daud Sagita, Ketua Ormas Persaudaraan Muslim Indonesia (Parmusi) Kota Medan, wawancara di Medan, tanggal 10 Agustus 2017.

²⁶² M. Daud Sagita, wawancara di Medan, tanggal 10 Agustus 2017.

²⁶³ Bunda Indah, Ketua Umum Rumah Komunikasi Lintas Agama (RKLA), wawancara di Medan, tanggal 14 Desember 2016

lebih baik lagi, terlebih lagi para dai yang memiliki pengaruh dan dipanuti oleh jamaahnya. Jika semua turut memikirkan Kota Medan maka akan lahir pemimpin yang ideal untuk memberi solusi terhadap persoalan yang ada di tengah masyarakat Kota Medan. Untuk itu, maka umat Islam jangan sampai terjebak dengan isu-isu negatif yang berbau SARA, hal itu yang akan membawa dampak negatif terhadap kehidupan dan keharmonisan di kota Medan. Pemimpin yang baik itu adalah pemimpin yang amanah, tanggap, cekatan dalam bertindak dan bersih dari masalah hukum dan pribadi serta yang lebih penting lagi pemimpin itu memiliki cara yang tepat untuk mengatasi berbagai persoalan dan program kerja yang akan dikerjakannya sesuai dengan harapan masyarakat.²⁶⁴

Ustaz Amhar Nasution juga mengungkapkan bahwa Kota Medan butuh pemimpin baru yang amanah, energik, cerdas dan punya visi masa depan. Karakter seperti itu yang harus di perjuangkan karena masyarakat sudah mulai jenuh pada janji-janji politik yang selama ini menghiasi panggung-panggung politik namun pada prakteknya semuanya jauh dari harapan. Bagi masyarakat yang utama adalah perubahan Kota Medan menjadi lebih baik, karena selama ini berbagai persoalan dan masalah yang dihadapi masyarakat ternyata Walikota tidak mampu mengatasinya seperti banjir, sampah, jalan-jalan yang rusak, pelayanan sosial yang buruk dan lain sebagainya. Sehingga Kota Medan butuh pemimpin baru dan hal itu harus disadari dan diperjuangkan bersama.²⁶⁵

Ustaz Amhar Nasution melanjutkan, dengan tegas menyatakan dukungnya kepada kandidat Ramadhan-Eddie. Menurutnya, Ramdhan-Eddie memiliki kemampuan serta pengalaman dalam bidangnya masing-masing, pada sisi yang lain visi dan misi keduanya mencerminkan perubahan dalam pembangunan Kota Medan untuk 2015-2020. Sosok Ramadhan Pohan itu pernah menjadi Anggota DPR RI di Jakarta dan sosoknya dekat dengan pemerintah pusat serta kemampuannya memimpin juga sudah terbukti. Sementara, pembangunan Kota Medan itu masih harus didukung oleh bantuan dana-dana dari pusat, sehingga itu sangat tepat jika Medan dipimpin oleh Ramdhan Pohan. Sementara sosok Eddie Kusuma adalah tokoh pendidikan, dia telah bergelar Doktor dan hubungannya

²⁶⁴ *Ibid.*

²⁶⁵ Amhar Nasution, wawancara di Medan, tanggal 25 Oktober 2016.

dengan kalangan pengusaha juga sangat baik. Oleh karena itu sesungguhnya keduanya adalah pasangan yang ideal, akan saling melengkapi dan mendukung pembangunan Kota Medan.

Pada sisi lain yang penting diperhatikan, bahwa Kota Medan butuh pemimpin yang bersih, bebas dari kasus dan masalah korupsi. Beberapa kasus korupsi yang telah terjadi terhadap Walikota Medan sebelumnya yang merupakan aib bagi Kota Medan dan hal itu harus menjadi ingatan masyarakat Kota Medan agar masalah tersebut tidak terulang kembali di Kota Medan. Oleh karena itu, kita berupaya menyadarkan masyarakat untuk berpikir rasional dan kritis sehingga tidak salah lagi memilih pemimpin.²⁶⁶

Ustaz Amhar Nasution tertarik untuk mendukung pasangan Ramadhan Pohan dan Eddie Kusuma karena sosok keduanya memiliki komitmen yang jelas dalam membangun kota Medan. Dalam banyak pertemuan keduanya menyatakan bahwa mereka siap untuk mundur dari jabatannya jika tiga tahun memimpin Kota Medan tidak terjadi perubahan yang signifikan di tengah-tengah masyarakat. Menurut ustaz Amhar ini bukti bahwa mereka adalah sosok pemimpin yang memegang teguh amanah dari rakyat. Komitmen lainnya yang juga penting adalah bahwa kedua berkomitmen untuk menertibkan praktek-praktek prostitusi yang marak terjadi di Kota Medan dan sudah meresahkan masyarakat yang selama ini terkesan dibiarkan oleh pemerintah kota.²⁶⁷

b. Kelompok Dai yang mendukung secara tidak langsung.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, bahwa ada sebagian dai atau ustaz yang memiliki kecenderungan memberikan dukungan kepada salah satu calon, akan tetapi dukungan dilakukan secara tidak langsung. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh ustaz Rozak Moya (alm), bahwa dirinya mendukung pasangan Eldin dikarenakan faktor ideologis. Artinya bahwa pasangan Eldin-Ahyar adalah pasangan yang berlatar belakang Islam-Islam, sedangkan Ramadhan-Eddie adalah pasangan pelangi yaitu Islam-Kristen. Memilih pemimpin yang seakidah merupakan syarat yang diberikan Al Qur'an dalam rangka menentukan sosok

²⁶⁶ *Ibid.*

²⁶⁷ *Ibid.*

pemimpin masyarakat, ini yang menjadi alasan untuk mendukung Eldin-Ahyar meskipun tidak terlibat secara langsung sebagai tim sukses.²⁶⁸

Menurut Ustaz Rozak Moya, keterlibatan dai dalam kontestasi politik lokal itu penting, karena hal ini juga berkaitan dengan aktivitas dakwah. Dakwah itu akan lebih sukses jika terjalin hubungan yang baik antara para dai dengan pemimpin. Sehingga menjadi penting bagi dai-dai untuk menjalin hubungan kepada pemimpin yang dalam hal ini adalah Walikota Medan dan hal itu tidak dilarang dalam ajaran Islam, ini yang dimaksud sebagai sinergi antara ulama dengan *umaro* (pemimpin) dalam membangun umat dan masyarakat. Jika terjadi keharmonisan ulama dengan *umaro* itulah yang akan menjaga dan menguatkan keberlangsungan dakwah Islam di tengah masyarakat, khususnya Kota Medan. Sebagai dai harus mampu melihat sosok calon pemimpin mana yang memiliki komitmen yang jelas untuk dakwah, dan sosok itu menurutnya ada pada Eldin-Ahyar.²⁶⁹

Ustaz Rozak Moya menambahkan bahwa Eldin memiliki komitmen yang jelas terhadap dakwah, kalangan dai sudah merasakan langsung peran nyata Eldin dalam kegiatan-kegiatan dakwah yang dilakukan di Kota Medan. Sehingga wajar jika sosoknya banyak didukung oleh para dai-dai di Kota Medan pada saat kampanye yang lalu. Namun harus diakui bahwa dukungan yang diberikan dai tersebut dilakukan secara samar atau tidak langsung menyebut nama kandidat di tengah jamaah. Karena untuk kalangan tertentu, dai yang juga berlatarbelakang PNS maupun pegawai pemerintah hal tersebut tidak diperbolehkan secara undang-undang. Namun tidak salah jika menjelaskan kepada umat bahwa memilih pemimpin itu harus yang sesuai dengan petunjuk Al Qur'an dan hadis Nabi Saw.²⁷⁰

c. Kelompok Dai yang netral.

Kelompok dai yang netral adalah para dai yang tidak terlibat sebagai tim kampanye, relawan dan pendukung salah satu kandidat Walikota dan Wakil Walikota Medan tahun 2015. Meskipun mereka bersifat netral bukan berarti mereka tidak berpolitik. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Tuan Guru Batak

²⁶⁸ Rozak Moya, Pengurus IKADI Kota Medan, wawancara di Medan, tanggal 17 Nopember 2016.

²⁶⁹ *Ibid.*

²⁷⁰ *Ibid.*

(TGB) Ahmad Sabban Rgg bahwa dai itu adalah sosok pembimbing bagi umat untuk menjalani hidup sesuai dengan petunjuk Allah dan tuntunan dari Rasulullah Muhammad Saw., jika petunjuk tersebut dijalani maka akan terwujud kebaikan dan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. Selanjutnya, dalam konteks pemilihan pemimpin politik posisi dai harus di atas kepentingan semua golongan. Idealnya seorang dai harus menjadi perekat persatuan umat dan bangsa, bukan sebaliknya turut menjadi pemecah belah umat dan masyarakat.²⁷¹

Sementara itu, ustaz Husni Ritonga mengungkapkan bahwa memilih pemimpin itu hukumnya wajib bagi umat Islam, terlebih lagi memilih walikota dan wakilnya yang berperan untuk mengatur hajat hidup orang banyak. Karena memilih sebagai sebuah kewajiban maka dai sebagai *opinion leaders* harus berperan untuk menjelaskan hal itu serta memotivasi umat agar ikut berpartisipasi menggunakan hak pilihnya dan jangan sampai umat Islam itu golput.²⁷² Keterlibatan dai dalam dalam kegiatan pemilihan Walikota Medan tersebut. Jika ada dai yang terlibat mendukung calon tertentu dalam pilkada Medan itu hak pribadinya, akan tetapi sikap tersebut tidak etis dilakukan dai dan hal itu akan turut mempertaruhkan marwah dai dimata umat atau jamaahnya. Apalagi jika calon yang didukung tersebut kalah dalam pemilihan.²⁷³

Ustaz Muhammad Husni Ritonga melanjutkan,

Meskipun waktu itu saya netral, tidak berpihak ke salah satu calon, namun sebagai seorang ustaz ada kewajiban untuk menyampaikan kreteria-kreteria pemimpin menurut Al Qur'an maupun hadis Nabi, seperti: pemimpin itu harus yang seaqidah, jika calon-calon pemimpin itu sama-sama Islam maka masyarakat harus lebih cerdas untuk melihat calon mana yang lebih baik dan berkualitas. Selanjutnya pemimpin itu harus memiliki *sifat-sifat sidiq, amanah, tabligh* dan *fatonah*.²⁷⁴

Hal yang sama juga diungkapkan oleh ustaz Hasrat Effendi Samosir, menurutnya segala sesuatu yang dapat mewujudkan kemaslahan umat maka hal

²⁷¹ Ahmad sabban Rgg, Pimpinan Majelis Persulukan Tahriqoh Babusalam, wawancara di Medan, tanggal 17 Desember 2019.

²⁷² Golput itu singkatan dari golongan putih. Dalam konteks politik golput itu ditujukan kepada seseorang maupun kelompok yang tidak menggunakan hak politiknya dalam pemilihan umum. Golput ini terjadi berdasarkan faktor-faktor tertentu, antara lain: Faktor teknis, golput karena pemilih yang tidak terdaftar pada daftar pemilih. Faktor ideologis, golput disebabkan karena menganggap bahwa sistem pemilu yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip yang diyakininya, atau karena calon yang tampil tidak sesuai dengan harapan dan keyakinannya. Faktor pragmatis, golput disebabkan oleh karena tidak merasa mendapat keuntungan apapun dari keikutsertaannya memilih kandidat.

²⁷³ Muhammad Husni Rotonga, Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SU Medan, wawancara di Medan, tanggal 10 Januari 2017.

²⁷⁴ *Ibid.*

tersebut harus dilakukan, salah satu yang mendukung hal itu adalah adanya pemimpin. Maka memilih pemimpin hukumnya menjadi wajib. Berdasarkan kaidah *ushul fiqh* tersebut maka umat diwajibkan untuk memilih pemimpin, karena dengan adanya pemimpin maka sistem kehidupan sosial masyarakat akan berjalan berdasarkan aturan-aturan yang ada. Hal itu merupakan isyarat yang dipesankan Alquran untuk mentaati Allah Swt, mentaati rasul dan pemimpin diantara kamu. Sehingga dengan tatanan tersebut akan mewujudkan kemaslahatan bagi umat manusia.²⁷⁵

Ustaz Hasrat Effendi Samosir menambahkan, bahwa pemimpin adalah seseorang yang mampu melaksanakan tugas dan tanggung jawab mengatur kehidupan bersama masyarakat, menegakkan aturan dan hukum, memastikan suasana kehidupan yang nyaman dan aman di tengah masyarakat yang dipimpinnya. Selain itu pemimpin juga harus berusaha mewujudkan kesejahteraan dan kebahagiaan bagi masyarakatnya. Untuk itu Al Qur'an dan hadis Nabi Muhammad Saw mengisyaratkan pemimpin itu harus memiliki karakter adil, jujur, benar, cerdas, dicintai rakyat dan juga mampu mencintai rakyatnya. Selain itu yang harus diperhatikan bahwa pemimpin itu harus dari golongan umat sendiri yaitu bahwa dia adalah muslim.²⁷⁶

Berkaitan dengan pilkada Kota Medan 2015, Ustaz Hasrat Effendi Samosir mengungkapkan bahwa:

Sebagai seorang dai, saya tidak berpihak kemana mana waktu pemilihan Walikota Medan yang lalu, apalagi untuk mendukung salah satu calon Walikota. Mungkin karena saya PNS jelas itu dilarang oleh undang-undang. Dan perlu disadari bahwa masyarakat Kota Medan itu sudah cerdas, untuk menentukan Walikotanya. Ini contoh, khususnya jamaah saya yang warga muhammadiyah, mereka itu rata-rata golongan terdidik yang kesehariannya dekat dengan media, jadi dengan sendirinya mereka sudah paham siapa yang harus mereka pilih.²⁷⁷

Ustaz Bustami Manurung Sekretaris Jamiyah Batak Muslim Indonesia (JBMI) Sumatera Utara juga menguatkan pendapat di atas, menurutnya dai yang berlatar belakang Pegawai Negeri Sipil (PNS), Dosen PNS, Pegawai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), mereka secara tegas menolak ikut terlibat langsung menjadi bagian dari tim sukses salah satu

²⁷⁵ Hasrat Effendi Samosir, wawancara di Medan, tanggal 20 Oktober 2018.

²⁷⁶ *Ibid.*

²⁷⁷ *Ibid.*

kandidat Walikota dan Wakil Walikota Medan tahun 2015. Alasan itu didasarkan pada aturan undang-undang yang melarang mereka terlibat dalam politik praktis dan jika itu dilanggar maka akan ada sanksi yang bakal diterima mereka. Sehingga mereka memilih untuk bersikap netral dalam pilkada Kota Medan.²⁷⁸

Selanjutnya ustaz Paidi mengungkapkan bahwa banyak dai di Kota Medan terlibat dalam politik praktis seperti di pemilihan Walikota, pemilihan legislatif maupun pemilihan Presiden. Namun disayangkannya masih banyak dai yang buta dalam terlibat politik praktis tersebut, hanya karena alasan kebencian terhadap seseorang kandidat atau karena alasan untuk mendapatkan keuntungan materi (uang) sehingga mereka mau mendukung salah satu kandidat. Hal itu jelas bertentangan dengan petunjuk Alquran dan hadis. Pada sisi yang lain dia melihat bahwa figur-figur yang kandidat yang tampil belum sesuai dengan Alquran dan hadis nabi Saw. Sosok-sosok kandidat tersebut dipandang lemah dan jauh dari pandangan syariat Islam. Maka mendukung keduanya itu termasuk pekerjaan syubhat atau dosa.²⁷⁹

d. Kelompok Dai yang menolak.

Kelompok terakhir adalah kelompok dai yang menolak politik. Menurut pandangan mereka bahwa politik itu bukan bagian dari tanggung jawab mereka, politik dianggap urusan duniawi yang cenderung pada konflik, permusuhan, fitnah dan dosa belaka. Hakekat hidup bagi mereka adalah pengabdian kepada Allah Swt, sebagaimana pesan Al Qur'an yang berbunyi :

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka beribadah kepada-Ku.²⁸⁰

Ayat di atas telah jelas bahwa Allah Swt memberikan penegasan kepada manusia bahwa manusia adalah seorang hamba yang diperintahkan untuk mengabdikan dengan tulus dan ikhlas. Bentuk pengabdian itu harus terbebas dari salah dan dosa, baik perkataan maupun perbuatan. Namun sebagian manusia melupakan hakikat penciptaan itu, karena godaan kekuasaan dengan fasilitas yang disediakan, seperti harta kekayaan, kesuksesan dan sebagainya sehingga manusia

²⁷⁸ Bustami Manurung, wawancara di Medan, tanggal 29 Oktober 2016.

²⁷⁹ Paidi, wawancara di Medan, tanggal 12 Januari 2017.

²⁸⁰ Q.S. Az Zariyat/51: 56

menjadi kehilangan orientasi yang hakiki. Politik sangat dekat dengan sikap pragmatisme duniawi, oleh karena itu seorang dai harus terbebas dari semua godaan dunia yang dapat menjauhkannya dari pengabdian kepada sang Pencipta.

Kelompok dai ini cenderung menghindari hubungan dan komunikasi dengan pasangan calon pada pilkada Kota Medan, mereka bersikap netral dengan tidak berpihak pada salah satu pasangan calon. mereka menjauhkan diri dari segala bentuk aktivitas politik terlebih pada masa pemilihan umum. Sebagian dari mereka beranggapan bahwa urusan politik itu bukan bagian dari tugas seorang dai, tugas dai adalah tugas mulia dalam menyampaikan ajaran Islam dan membina akhlak yang mulia setiap muslim sehingga aktivitas tersebut tidak boleh dikotori oleh perilaku dosa. Bagi pandangan mereka berpolitik itu penuh dengan perilaku dosa karena banyak intrik, tipu muslihat, kekerasan dan lain sebagainya yang kesemuanya itu tentunya akan membawa dampak yang tidak baik kepada ummat.

Penolakan dai tersebut disebabkan oleh beberapa alasan, dari mulai alasan ideologis, alasan untung rugi dan alasan pengalaman. Sebagaimana Ustaz Maulana Ibrahim mengungkapkan bahwa politik itu bukan urusan agama, urusan agama yang paling utama adalah dakwah. Dakwah mengajak manusia kepada iman, yakin dan amal sholeh sesuai dengan Alquran dan sunnah nabi Saw. oleh karena itu, dakwah menjadi kewajiban setiap orang-orang yang beriman untuk mengamalkannya. Jika dakwah itu hidup ditengah-tengah masyarakat maka kebaikan dan rahmad dari Allah Swt akan turun dari langit dan bumi. Sementara urusan politik itu tidak ada hubungannya dengan dakwah, praktek politik terkadang bisa membuat yang benar jadi salah atau yang salah jadi benar.²⁸¹

Tentang politik banyakin istigfar ajalah. Lebih baik doa dan zikir untuk kebaikan umat. Karena saya aktif di tablig dan di tablig itu tidak ada bicara tentang politik dalam negeri dan luar negeri. Tidak bicara pangkat, derma dan lainnya. Tablig hanya fokus pada peningkatan iman dan yakin serta amal sholeh.²⁸²

Ustaz Damri Tambunan juga mengungkapkan, bahwa dai di Kota Medan tidak semuanya setuju dengan praktek-praktek politik yang berlangsung di tengah masyarakat dengan melibatkan dai. Bagi mereka ini, politik pilkada itu bukan “kaplingnya ustaz”. Menurut mereka, tugas utama dai adalah penyampai dakwah

²⁸¹ Maulana Ibrahim, S.Ag Anggota Jamaah Tabligh, wawancara di Medan, tanggal 18 Desember 2017.

²⁸² *Ibid.*

Islam, selain itu dai juga sebagai sosok pembimbing umat yang harus mampu memberi petunjuk kebenaran dan jalan yang lurus, sehingga dai harus menjadi sosok suri tauladan yang menjadi contoh sikap dan perilaku yang baik bagi umat, peran-peran tersebut tidak boleh dikotori oleh politik. Jika hal itu terjadi maka akan muncul rasa was-was, rasa bingung dan bimbang pada diri jamaah maupun umat Islam, bahkan yang lebih dikhawatirkan lagi adalah berkurang kepercayaan jamaah atau umat kepada dai.²⁸³

Ustaz Damri Tambunan sebagai Sekretaris MAS-UD kota Medan juga mengungkapkan bahwa penolakan itu juga datang dari anggota Majelis Silaturahmi Ustaz dan Ustazah (MAS-UD) Kota Medan, sebagian mereka tidak berkenan untuk ikut terlibat dalam ranah politik praktis, terlebih lagi untuk terlibat sebagai tim sukses kandidat tertentu. Hal itu disebabkan adanya penolakan dari jamaah mereka yang meminta dai tidak membicarakan politik terlebih untuk mengkampanyekan salah satu calon Walikota Medan. Karena hal itulah menjadi alasan dai menolak ketika diajak terlibat dalam pilkada Medan, pada sisi yang lain dai juga khawatir jika nantinya akan ditinggalkan jamaah jika tetap terlibat mengkampanyekan kandidat tertentu.

..... Kita yang memiliki anggota MAS-UD yang jumlahnya sampai ribuan itu saja, mereka tidak semuanya bisa diajak untuk mendukung Eldin-Akhyar, walaupun sudah kita berikan penjelasan berdasarkan dalil dalil yang kuat dan alasan-alasan untuk kepentingan umat dan dakwah. Mereka beralasan bahwa, jamaah mereka tidak suka jika kegiatan pengajian yang dilakukan dicampuri dengan politik. Alasan lainnya, bahwa dai yang bersangkutan juga takut “ditinggalkan jamaahnya”. Jika nanti ditinggalkan jamaah otomatis hilanglah mata pencaharian mereka.²⁸⁴

Pada sisi yang lain, Menurut Ustaz Bustami Manurung penolakan dai untuk terlibat dalam pilkada dikarenakan alasan materi.

.....bahwa mengkoordinir ustaz-ustaz di Kota Medan untuk kepentingan politik tertentu sesungguhnya sangat mudah. Pengalaman kami JBMI saja sering mengundang para ustaz untuk berdiskusi dan bicara banyak hal tentang dakwah, umat Islam dan kota Medan. Namun jika diskusi tidak dilanjutkan dengan eksekusi, ya jadi berhenti. Mereka kawan-kawan ustaz selalu mengakhiri diskusi dengan ungkapan “jelas ngak pucuknya”.²⁸⁵

²⁸³ Damri Tambunan, wawancara di Medan, tanggal 21 Oktober 2016.

²⁸⁴ *Ibid.*

²⁸⁵ “Jelas ngak pucuknya” ini adalah ungkapan populer di tengah masyarakat di Kota Medan, sering juga digunakan para dai ketika mereka diminta untuk terlibat di dalam kegiatan-kegiatan politik, khususnya untuk mendukung kandidat tertentu. Makna dibalik kata itu adalah untuk mempertanyakan tentang kejelasan materi atau uang yang bisa didapat jika mereka terlibat dalam kegiatan politik dan untuk mendukung salah satu kandidat.

Meskipun tidak semuanya seperti itu, namun tetap ada ustaz yang orientasi materi.²⁸⁶

Ustaz Rudi Suntari mengungkapkan bahwa penolakan dai untuk terlibat dalam ranah politik juga terjadi bagi kalangan dai *thariqoh*. Berdasarkan pengalamannya sebagai dai dan guru *thariqoh* bahwa, ada sebagian dai di Kota Medan yang berpegang teguh pada prinsip bahwa urusan politik itu bukan bagian dari tugas dan peran seorang dai. Politik masih dianggap mereka urusan duniawi yang dekat dengan dosa, karena dalam prakteknya politik itu identik dengan kemunafikan, tipu muslihat, saling dendam, fitnah dan permusuhan. Sehingga politik yang mereka pahami adalah penuh dengan praktek dosa semata, oleh karena itu mereka menolak ikut terlibat dalam politik, apalagi terlibat menjadi tim sukses kandidat Walikota dan Wakil Walikota Medan tahun 2015.²⁸⁷

Sebagian dai yang fokus membimbing majelis *thariqoh* menurut ustaz Rudi Suntari cenderung pada nilai-nilai dan kegiatan spritual, yaitu kegiatan zikir yang mereka lakukan secara khusus. Bagi ustaz *thariqoh* hal yang paling penting dilakukan adalah selalu berzikir kepada Allah, hal itu merupakan upaya untuk mendekatkan diri kepada Allah Swt dan meraih rida-Nya, dengan keridaan-Nya tersebut maka keberkahan dan rahmat dari Allah Swt itu akan turun di tengah umat manusia, khususnya para jamaah *thariqoh* yang rutin melakukan zikir dan hal itu juga akan berimbas pada kehidupan bersama di tengah-tengah masyarakat secara luas. Hal itulah yang akan membawa kebaikan dalam kehidupan ini, semua sistem kehidupan akan berjalan sesuai dengan petunjuk dari Allah Swt. Sehingga bagi mereka politik itu tidak penting untuk dibicarakan, terlebih lagi membebani diri dengan urusan-urusan politik, hal itu yang dapat menjauhkan diri dari bimbingan dan petunjuk Allah Swt.

Ustaz Rudi Suntari menambahkan lagi bahwa jamaah *thariqoh* yang tersebar diberbagai tempat di Kota Medan memiliki tradisi ritual dengan melakukan zikir secara berjamaah yang dipimpin oleh seorang pemimpin yang disebut *mursyd*.²⁸⁸ Sebelum atau sesudah ritual zikir tersebut dilaksanakan

²⁸⁶ Bustami Manurung, wawancara di Medan, tanggal 29 Oktober 2016.

²⁸⁷ Rudi Suntari, wawancara di Medan, tanggal 5 Nopember 2016.

²⁸⁸ Mursyd adalah istilah yang sering digunakan oleh kaum sufi untuk menunjukkan sosok guru pembimbing spritual dalam perjalanan rohani seorang murid menuju kepada Allah Swt. Peran mursyd tersebut sangat dibutuhkan bagi jamaah thariqah khususnya dalam melakukan aktivitas berzikir yang khusus mereka laksanakan.

biasanya sang *mursyid* memberikan tausiyah agama kepada jamaah thariqoh, isi tausiyah biasanya merupakan pelajaran akhlak atau tasawuf yang berisi tentang mewujudkan dan mempertahankan kesucian diri dan kesucian hati sehingga mampu bermakrifat kepada Allah Swt. Dan dalam majelis tersebut hampir tidak pernah sang *mursyid* tersebut membicarakan tentang politik, sehingga kelompok ini menganggap bahwa membicarakan politik adalah hal yang tabu dilakukan di tengah majelis *thariqoh*. Oleh karena itu maka secara tidak langsung mereka menolak jika ada pihak-pihak yang ingin hadir di tengah mereka untuk berkampanye politik.²⁸⁹

Didapati juga ada dai yang menolak karena alasan pengalaman. Sebagaimana yang diungkapkan ustaz Ahsanul Arifin, bahwa ada sebagian dari dai yang menolak terlibat dalam pilkada Kota Medan karena alasan kecewa atau merasa rugi terlibat menjadi tim sukses kandidat Walikota Medan pada periode-periode sebelumnya. Kekecewaan itu disebabkan karena kesan bahwa mereka hanya sekedar dimanfaatkan untuk kepentingan elit politik, setelah itu mereka ditinggalkan dan tidak dilibatkan lagi setelah kandidat yang didukung tersebut menang di pilkada. Sehingga dari pengalaman pribadi dai tersebut, mereka tidak lagi berkenan ikut menjadi bagian dari salah satu tim maupun relawan salah satu calon kandidat walikota.²⁹⁰

Alasan lain dai menolak terlibat dalam politik praktis, khususnya politik pemilihan umum dikarenakan keinginan dari jamaahnya. Ada sebagian masyarakat di Kota Medan tidak suka jika materi dakwah yang disampaikan dai berisi muatan politik untuk kepentingan salah satu kandidat. Hal tersebut membuktikan bahwa masih melekat stigma negatif tentang politik itu di benak masyarakat, sehingga hal itu juga yang menjadi alasan bagi sebagian dai untuk tidak terlibat dalam kancah politik praktis.

B. Motivasi Keterlibatan Dai pada Pemilihan Walikota Medan tahun 2015

Pelaksanaan pemilihan Kepala Daerah (Pilkada), hal ini merupakan tuntutan dalam kehidupan berbangsa dan bernegara sebagaimana bangsa Indonesia yang menganut asas Negara demokrasi yang berlandaskan Pancasila

²⁸⁹ Rudi Suntari, wawancara di Medan, tanggal 5 Nopember 2016.

²⁹⁰ Ahsanul Arifin, Koordinator MAS-UD Dapil V, wawancara di Medan, tanggal 15 Desember 2017.

dan Undang Undang Dasar 1945. Pilkada juga merupakan pesta demokrasi dimana rakyat berpartisipasi aktif dalam menentukan pemimpinnya secara langsung, baik pada tingkat provinsi, tingkat kabupaten atau kota. Tentunya keterlibatan masyarakat dalam pesta demokrasi tersebut tidak terlepas adanya keinginan untuk terlibat secara langsung dalam melakukan seleksi kepemimpinan di tingkat daerah. Hal tersebut yang kemudian mendorong peran serta berbagai elemen masyarakat untuk melibatkan diri dalam kontestasi lima tahunan tersebut, termasuk dalam hal ini adalah dai. Keterlibatan dai dalam pilkada Kota Medan bukan sesuatu hal baru untuk mendorong suksesnya pelaksanaan pilkada dimaksud, pada sisi yang lain keterlibatan mereka juga disebabkan oleh beberapa faktor yang juga didukung oleh berbagai motivasi di dalamnya.

Berdasarkan pada hasil penelitian, menunjukkan bahwa motivasi dai kota Medan dalam menentukan pilihannya dalam pemilihan calon Walikota dan Wakil Walikota Medan pada Pilkada 2015 lalu mengarah pada motif kekuasaan dan motif keuntungan pribadi atau kelompok. Kecenderungan dai pada motivasi ini juga mewarnai peran mereka di kota Medan dalam mengikuti pemilihan kepala daerah yaitu pemilihan Walikota dan Wakil Walikota. Tentunya antara masyarakat pada umumnya dengan para dai memiliki latar belakang motivasi yang berbeda sebagai dasar pertimbangan dalam menyikapi pelaksanaan pilkada tersebut. Apalagi diantara para dai ada yang ikut berpartisipasi langsung dalam tahapan-tahapan pelaksanaan pilkada seperti pelaksanaan kampanye. Bahkan ada diantara dai yang terlibat langsung sebagai tim kampanye diantara pasangan calon walikota dan wakil walikota.

1. Motivasi Kekuasaan

Idealnya seorang dai di tengah-tengah masyarakat adalah menjalankan fungsinya sebagai juru dakwah yang menyebarkan amar ma'ruf nahi munkar. Dai menjadi orang yang menyuarakan ajaran Islam yang bersumber pada Al Qur'an dan hadis Nabi. Selain itu dai juga menjadi panutan dan rujukan bagi umat Islam untuk memutuskan segala sesuatu yang berhubungan dengan masalah agama maupun kehidupan social umat. Tegasnya bahwa tugas dan tanggung jawab tidak sekedar urusan agama semata lebih dari itu segala hal yang menyangkut hajat

hidup umat Islam harus menjadi perhatian dai termasuk dalam hal ini adalah urusan yang berkaitan dengan politik.

Terkait keterlibatan dai dalam politik praktis di Kota Medan, hal itu menunjukkan hal yang baik dalam rangka membawa kebaikan dalam proses politik yang ada. Sehingga dai dapat memberi warna yang positif dalam kehidupan politik dan diharapkan dapat mendukung berbagai bentuk kegiatan dakwah, yaitu mewujudkan *amar ma'ruf nahi mungkar* di tengah masyarakat. Hal itunya seharusnya menjadi motivasi dai terlibat dalam wilayah politik praktis.

Berdasarkan pengamatan di lapangan terlihat bahwa ditemukan para dai yang masuk dan terlibat langsung dalam praktik politik praktis. Posisi dai tidak hanya sekedar mendukung dalam tataran sikap atau kecenderungan, tapi ikut mempromosikan calon kepala daerah yang dalam hal penelitian ini calon Walikota dan Wakil Walikota pada tahun 2015. Sebagaimana telah dijelaskan di atas, bahwa ditemukan dai yang secara terang-terangan menjadi tim kampanye pasangan calon walikota dan wakil walikota. Hal ini terlihat dari adanya baliho besar (spanduk) yang menampilkan pasangan calon walikota dan wakil walikota dan foto dai tersebut ada di dalamnya. Aktivitas lainnya ditemukan dai yang menjadi tim kampanye salah satu pasangan calon walikota dan wakil walikota. Mereka secara terang-terangan mengajak masyarakat untuk memilih dengan cara mencoblos tanda gambar calon Walikota dan Wakil Walikota yang ditentukannya pada saat pemberian hak suara di tempat pemungutan suara (TPS). Kegiatan ini banyak dilakukan para dai pada waktu penyelenggaraan pengajian keagamaan di rumah-rumah penduduk, di mesjid dan musalla serta pada acara tertentu baik yang disetting secara sengaja atau kegiatan tertentu dimana para dai diberi kesempatan untuk menyampaikan tausiah atau nasehat agama. Pada kesempatan itulah para dai menyampaikan ajakan kepada masyarakat untuk memilih salah satu pasangan calon walikota dan wakil walikota. Di sisi lain dai tersebut juga aktif sebagai anggota tim yang menyelenggarakan rapat untuk menyusun strategi pemenangan pasangan calon walikota dan wakil walikota di berbagai waktu dan tempat.

Keterlibatan dai tidak semua terlihat secara langsung sebagaimana diungkap di atas. Terdapat dai yang menunjukkan sikap mendukung terhadap pasangan calon walikota dan wakil walikota secara tidak langsung. Menurut pengamatan penulis di lapangan dai model ini tidak aktif mengajak masyarakat melalui mimbar ketika menyampaikan tausiah agama. Mereka hanya

berpartisipasi dalam bentuk menghadiri berbagai kegiatan yang diselenggarakan pasangan calon walikota dan wakil walikota yang didukungnya dan tidak melakukan hal yang sama pada pasangan lainnya. Namun untuk mengetahui apa yang menjadi latar belakang motivasi dai tersebut terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam pilkada walikota dan wakil walikota, telah dilakukan serangkaian wawancara dengan beberapa orang dai yang telah dipilih secara *purposive* dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Yulizar Parlagutan Lubis di rumah beliau di Jalan Mistar Medan, di dapat penjelasan bahwa alasan mendukung salah calon Walikota Medan dikarenakan berbagai hal yang berkaitan dengan kepentingan politik dan kekuasaan. Menurutnya, umat Islam harus melihat politik sebagai satu jalan mewujudkan *amar ma'ruf nahi mungkar* dalam kehidupan bersama di tengah masyarakat, bangsa dan negara. Hal itu didasarkan bahwa bangsa Indonesia merupakan bangsa yang majemuk berdasarkan suku, agama dan ras sehingga tatanan kehidupan harus diatur secara bersama dan untuk kepentingan dan kebaikan bersama seluruh rakyat Indonesia. Untuk itulah umat Islam harus turut terlibat aktif dalam urusan mengatur tata kehidupan bersama tersebut yang berwujud undang-undang maupun peraturan yang mengikat di masyarakat. Berdasarkan kondisi tersebut maka umat Islam harus ada dalam system pemerintahan untuk memperjuangkan kepentingan umat secara luas.

Pada sisi yang lain bahwa sistem dan tatanan kehidupan bangsa ini menganut prinsip demokrasi terutama dalam sistem seleksi kepemimpinan baik itu di tingkat pusat maupun daerah, jika dalam hal itu umat Islam atau dai secara khusus tidak terlibat maka kekuasaan politik nantinya akan dikuasai oleh orang-orang yang tidak memahami ruh dan semangat *amar ma'ruf nahi mungkar* dalam tata kelola pemerintahan. Hal ini harus menjadi motivasi keterlibatan umat Islam dan dai dalam setiap momentum politik yang dilaksanakan secara periodik untuk memperjuangkan sosok-sosok pemimpin yang sesuai dengan petunjuk Islam. Pada kepentingan yang lain jika calon yang didukung itu memang tentunya hal itu akan lebih membuka peluang untuk terlibat secara langsung dalam pemerintahan di Kota Medan. Salah satunya adalah untuk memposisikan kader-kader atau orang-orang tertentu pada posisi jabatan-jabatan tertentu di pemerintahan Kota Medan. Selain itu, kedekatan dengan walikota itu sebagai jembatan untuk memperjuangkan kepentingan umat dan dakwah Islam, terutama yang

berhubungan dengan program dan anggaran pemerintah yang nantinya dialokasikan untuk kepentingan tersebut.²⁹¹

Secara lebih tegas Yulizar Parlagutan Lubis menyatakan:

Sebagai partai Islam, kami ingin memperjuangkan kesejahteraan guru-guru mengaji, bilal mayit, penjaga kubur yang selama ini masih kurang, sedangkan pengabdian mereka di tengah-tengah umat begitu besarnya. Walaupun kita tahu bahwa mereka itu orang-orang yang ikhlas beramal namun tugas kita bagaimana turut memperhatikan nasib mereka melalui anggaran Pemko Medan, karena mereka juga punya istri dan anak yang harus hidup secara layak.²⁹²

Selanjutnya wawancara dengan Ustaz Sangkot Saragih di rumah beliau didapatkan penjelasan bahwa banyak dai yang menyatakan dukungannya secara langsung kepada Eldin-Akhyar sebagai kandidat Walikota dan Wakil Walikota Medan tahun 2015 karena keduanya adalah pasangan Islam-Islam. Selain itu, kedua sosok tersebut telah banyak berbuat untuk Kota Medan serta selama ini mereka sudah memiliki hubungan dan kedekatan yang baik dengan dai di Kota Medan. Berdasarkan itu, maka dukungan dai yang diberikan tersebut sebagai wujud keinginan dai untuk tetap menjalin dan melanjutkan hubungan dengan penguasa dan menjadi bagian dari penguasa (pemerintahan) jika terpilih nantinya. Selama menjabat Walikota Medan Eldin telah memiliki hubungan yang baik dengan banyak dai di Kota Medan. Ini dibuktikan dengan seringnya para dai diajak untuk mengikuti kegiatan-kegiatan keagamaan yang dilaksanakan Pemko Medan, selain itu Eldin juga sering meminta masukan kepada para ustadz untuk menyusun program pembangunan Kota Medan. Hal itu menunjukkan bahwa ada penghargaan beliau kepada para Ustaz di Kota Medan.²⁹³

Ustaz Sangkot Saragih menegaskan:

Biar tau kau dek, waktu pemilihan kemaren itu bahwa kemenangan Eldin kemaren itu 90 % itu adalah kerja ustaz-ustaz kita. Saya buktikan langsung begitu semangatnya kawan-kawan ustadz berkampanye untuk Eldin. Dan Saya cek langsung di titik dimana ustaz-ustaz kita ada disana suara Eldin menang mayoritas, Ini kan bukti bahwa ustaz-ustaz itu betul-betul kerja untuk memenangkan Eldin.²⁹⁴

Keterangan yang sama juga disebutkan oleh Ustad Damri Tambunan mengungkapkan bahwa kedekatan dai dengan walikota dan wakil walikota yang

²⁹¹ Yulizar Parlagutan Lubis, wawancara di Medan, tanggal 3 Oktober 2016.

²⁹² *Ibid.*

²⁹³ Sangkot Saragih, wawancara di Medan, tanggal 21 Agustus 2016.

²⁹⁴ *Ibid.*

terjalin selama ini adalah buah dari keterlibatan dan perjuangan mereka ikut serta dalam tim pemenang pada pilkada Medan 2015 yang lalu. Menurutnya, Jika waktu itu dai tidak ikut terlibat mana mungkin para dai bisa begitu dekat dengan lingkaran kekuasaan di Kota Medan. Sebelumnya hanya dai-dai tertentu saja yang selalu tampil dan mengisi acara-acara keagamaan di Rumah Dinas Walikota dan instansi lainnya, namun sekarang keterlibatan dai di berbagai acara keagamaan di lingkungan pemerintah Kota Medan terbuka luas. Selain itu, hubungan ini untuk memperjuangkan kepentingan umat Islam dan upaya menguatkan dakwah *amar ma'ruf nahi mungkar* di Kota Medan dan yang lebih penting lagi adalah mengupayakan peningkatan kesejahteraan dai melalui program dan kebijakan yang akan diambil oleh Walikota di masa kepemimpinannya.²⁹⁵

Hal yang senada juga diungkap ustaz Bustami Manurung, bahwa orientasi dakwah Islam adalah *amar ma'ruf nahi mungkar* menciptakan tatanan kehidupan yang baik dan mencegah praktek-praktek kemungkaran berkembang di tengah masyarakat. Upaya itu akan lebih mudah terwujud jika ada dukungan pemerintah, karena pemerintah yang memiliki kekuatan dan kekuasaan mengatur kehidupan masyarakat. Pada sisi yang lain, jika pengaruh dakwah itu ada di lingkaran pemerintah (pemimpin) maka akan lebih mudah menyampaikan program-program maupun kebijakan yang bersifat keagamaan akan menjadi perhatian dan prioritas pembangunan yang akan dilaksanakan oleh pemerintah.²⁹⁶

Ungkapan di atas juga dikuatkan oleh pernyataan Ustaz Rudi Suntari bahwa berdasarkan pengalamannya, hubungan dai sudah terjalin baik dengan Walikota Maupun Wakil Walikota Medan, beliau mencontohkan pada masa kepemimpinan Abdillah sebagai Walikota Medan. Pada saat itu akses dirinya dengan Balai Kota begitu terbuka sehingga waktu itu dai mendapatkan legitimasi sebagai orang dalam atau orang yang paling bisa atau dekat untuk bisa berkomunikasi secara langsung dengan walikota dan wakil walikota. Hal ini tentunya memiliki konsekuensi yang sangat luas. Biasanya dai tersebut memanfaatkan kedekatannya untuk menyampaikan keinginan atau kepentingan berbagai kalangan terutama orang-orang yang memiliki berbagai urusan dengan walikota dan wakil walikota. Istilah yang sering dipakai pada masyarakat umum

²⁹⁵ Damri Tambunan, wawancara di Medan, tanggal 20 Oktober 2016.

²⁹⁶ Bustami Manurung, wawancara di Medan, tanggal 29 Oktober 2016.

adalah sebagai “pembisik”. Posisi dai seperti ini tentunya menjadi faktor pendorong bagi dai untuk ikut terlibat dalam pentas politik pilkada di Kota Medan.²⁹⁷

Untuk mendapatkan data yang lebih variatif, dilakukan juga wawancara pada tanggal 14 Desember 2016 dengan Ustad Amhar Nasution di Rumah Sakit Malahayati Medan. Beliau merupakan dai yang secara terang-terangan menunjukkan keberpihakannya pada pasangan calon Walikota dan Wakil Walikota Medan Ramadhan Pohan dan Eddie Kusuma, Menurut beliau:

Secara tegas saya katakan bahwa motivasi saya mendukung pasangan calon Walikota dan Wakil Walikota Medan periode 2015-2020, bukan tanpa alasan dan resikonya juga besar. Selain visi dan misi mereka untuk membangun masyarakat kota Medan dan komitmen mereka untuk berpihak pada kepentingan umat Islam. Hal penting lainnya, bahwa sudah bukan rahasia lagi pada waktu itu sebagian besar ustaz-ustaz pada mendukung Eldin-Ahyar. Gimana jadinya jika Ramadhan Pohan yang menang, siapa nanti yang akan menjadi jembatan kepentingan umat Islam ke Walikota. Oleh karena itu posisi saya dan ustaz lainnya yang mendukung Ramadhan Pohan untuk menjaga keseimbangan dan memperjuangkan kepentingan umat Islam.²⁹⁸

Hasil wawancara di atas bersesuaian dengan hasil pengamatan dilapangan, bahwa Ustad Amhar Nasution memiliki adalah salah satu dai yang memiliki hubungan yang sangat dekat dengan lingkaran kekuasaan di Kota Medan dan pemerintahan propinsi Sumatera Utara. Hal tersebut dibuktikan dengan jadwal beliau menjadi penceramah di berbagai instansi pemerintahan bahkan juga di lingkungan Kepolisian seperti Polres dan juga Polda Sumatera Utara. Selain itu beliau juga dipilih sebagai ketua Ulama Kantibmas Provinsi Sumatera Utara. Menurut beliau pada wawancara tanggal 20 Desember 2016 di Masjid Polda Sumatera Utara diketahui bahwa:

Dakwah itu juga harus sampai kepada para pejabat di lingkungan pemerintahan dan aparaturnya penegak hukum. Hal itu sangatlah penting agar kita juga turut menjadi kontrol berjalannya pemerintahan dan sebagainya itu melalui dakwah yang kita sampaikan. Sehingga dalam hal ini menjadi penting bagi ulama atau ustaz itu memiliki hubungan yang dekat dengan lingkaran kekuasaan dari situlah kita masuk ke mereka.²⁹⁹

²⁹⁷ Rudi Suntari, wawancara di Medan, tanggal 09 Oktober 2016.

²⁹⁸ Amhar Nasution, wawancara di Medan, tanggal, 14 Desember 2016.

²⁹⁹ Amhar Nasution, wawancara di Medan, tanggal, 20 Desember 2016.

Sementara itu, menurut ustaz H. Sobirin ia mengungkapkan bahwa keterlibatannya dalam pemilihan Walikota Medan tahun 2015 didasarkan pada kebijakan politik partainya mendukung salah satu kandidat walikota.

Pada saat itu saya menjadi pengurus Partai Demokrat Kota Medan, dan waktu itu ketua partai Demokrat adalah Ramadhan Pohan yang kemudian beliau mencalonkan diri sebagai calon Walikota. Sebagai pengurus partai, maka sudah menjadi kewajiban bagi saya untuk mendukung kebijakan partai tersebut.

Ustaz Sobirin menambahkan bahwa pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015 dukungan dai di Kota Medan mayoritas mengarah kepada pasangan Eldin-Akhyar sementara sangat sedikit dai yang mendukung pasangan Ramadhan-Eddie, hal tersebut mungkin disebabkan isu-isu agama dan suku yang mewarnai pencalonan keduanya sehingga banyak dai yang enggan terlibat dalam mendukung pasangan Ramadhan-Eddie karena dianggap pasangan yang bukan Islam-Islam. Menurutnya, isu tersebut dapat berdampak negatif bagi umat Islam sendiri. Sehingga umat harus mengerti dan memahami jika ada sebagian dai yang terlibat dalam mendukung pasangan Ramadhan-Eddie, andai saja waktu itu yang terpilih pasangan Ramadhan-Eddie tentunya masih ada dai menjadi kekuatan umat Islam untuk memengaruhi kebijakan pembangunan di Kota Medan, setidaknya kebijakan yang akan diambil tersebut tidak merugikan umat Islam.³⁰⁰

Berdasarkan hasil pengamatan dilapangan juga memperkuat berbagai pernyataan di atas bahwa dukungan dai pada salah satu kandidat Walikota Medan dilatarbelakangi oleh motif kekuasaan atau keinginan untuk terlibat dalam lingkaran kekuasaan, hal ini dibuktikan salah satunya oleh Ustaz Sangkot Saragih sebagai Ketua MAS-UD Kota Medan kemudian diangkat menjadi Ketua Badan Amil Zakat Daerah (BAZDA) Kota Medan oleh Dzulmi Eldin Sebagai Walikota Medan terpilih 2015-2020.

2. Motivasi Ekonomi atau Keuntungan Pribadi / Kelompok

Selain motivasi kekuasaan sebagaimana diungkapkan di atas, motivasi para dai mendukung pasangan calon Walikota dan Wakil Walikota Medan periode 2015-2020 adalah didasarkan oleh motif keuntungan pribadi/kelompok.

³⁰⁰ Sobirin Harahap, *Pengurus DPC Partai Demokrat Kota Medan / Dai*, Wawancara di Medan, pada Tanggal 18 Januari 2019.

Keuntungan yang dimaksud dalam hal ini adalah berupa uang atau fasilitas lainnya yang diberikan oleh kandidat secara langsung maupun perwakilannya atau berupa janji yang akan diberikan ketika nantinya kandidat tersebut terpilih menjadi walikota.

Berdasarkan wawancara dengan Ustaz Damri Tambunan bahwa keterlibatan dai dalam mendukung salah satu calon kandidat Walikota dan Wakil Walikota Medan tahun 2015 tidak sekedar ingin memperjuangkan sosok pemimpin yang ideal menurut ajaran Islam, namun hal itu juga dilatarbelakangi oleh berbagai kepentingan yang ingin diperoleh dari proses politik tersebut. Salah satunya adalah untuk memperjuangkan kepentingan dai di Kota Medan. Menurutnya masih banyak dai-dai di Kota Medan yang kehidupannya tidak layak, hal itu disebabkan karena mereka hanya berprofesi sebagai pendakwah dan penghasilannya juga tidak menentu. Sehingga, masih banyak para dai yang hidup dirumah-rumah kontrakan karena belum memiliki rumah tinggal sendiri, kendaraan roda dua yang digunakan untuk berdakwah itupun dimiliki dengan cara kredit, banyak dai yang belum memiliki fasilitas atau asuransi jaminan kesehatan dan masih banyak hal lainnya yang menunjukkan keprihatinan kondisi kehidupan dan ekonomi dai di Kota Medan.³⁰¹

Ustaz Sangkot Saragih menambahkan, selama ini tidak ada yang fokus memikirkan nasib dai-dai di kota Medan. Dai-dai berjalan sendiri dengan kemampuan yang dimilikinya dalam melakukan tugas dan tanggung jawab sebagai pendakwah sementara kegiatan berdakwah itu juga memiliki resiko yang besar bagi dai. Berdasarkan pertimbangan tersebut maka di bentuklah organisasi dai Kota Medan dengan nama Majelis Silaturahmi Ustadz dan Ustazah (MAS-UD) Kota Medan untuk mengkoordinir para dai di Kota Medan dan sebagai upaya memperjuangkan berbagai kepentingan yang berhubungan dengan dakwah dan yang lebih khusus lagi adalah usaha membantu kesejahteraan bagi dai secara luas di Kota Medan. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan beliau:

....Sebelumnya ustaz tidak pernah terlibat dalam berbagai acara di cendana,³⁰² yang tampil disana ustaznya itu-itu aja dan kelasnya ustaz-ustaz kabir yang sudah terkenal di Medan. Semenjak kita bentuk MAS-UD mulailah ada perubahan, kegiatan di cendana, Kantor Waliota dan instansi lainnya telah diisi oleh ustaz kita secara bergantian, seperti di bulan ramadhan setiap malam ustaznya beda. Dan waktu itu ada sekitar 120

³⁰¹ Damri Tambunan, wawancara di Medan, tanggal 21 Oktober 2016.

³⁰² Cendana adalah sebutan yang dimaksudkan untuk Rumah Dinas Walikota Medan.

ustaz yang terjadwal mengisi kegiatan di lingkungan pemerintahan Kota Medan.³⁰³

Selanjutnya ustaz Rozak Moya juga mengungkapkan bahwa dai-dai di Kota Medan pada pilkada 2015 yang lalu lebih dominan mendukung pasangan Eldin-Akhyar. Salah satu alasan dukungan tersebut adalah faktor ideologis, karena keduanya adalah pasangan islam-Islam. Namun tidak sedikit juga dai-dai yang mendukung pasangan Ramadhan Pohan dan Eddie Kusuma dengan berbagai alasan. Jelasnya alasan yang paling mudah dipahami adalah karena adanya keuntungan pribadi yang diperoleh oleh dai ketika dirinya terlibat dalam mendukung salah satu calon. “yang penting jelas pucuknya” kata-kata ini sering diungkapkan oleh dai-dai dalam berbagai kesempatan pertemuan walaupun dengan sekedar humor namun itu adalah bahasa mempertegas keinginan dai. Ustaz Rozak Moya juga menegaskan:

....Meskipun demikian, sudah pahamlah kita, bahwa tidak ada makan siang yang gratis. Karena, Sering kali ustaz bertanya jika di ajak untuk acara tertentu “jelas ngak”. Terkadang hal ini yang lebih dominan mengikat ustaz-ustaz untuk terlibat dukung mendukung jika jelas ya didukung. Dan kita semua tahu, sudah bukan rahasia umum lagi ustaz-ustaz di Kota Medan ini sudah sangat pragmatis terlebih pada momen-momen pililihan umum.³⁰⁴

Motivasi para dai dalam hal ini lebih pada kepentingan pribadinya. Memiliki relasi dengan penguasa daerah seperti halnya calon Walikota dan Wakil Walikota Medan memiliki nilai prestisius bagi seseorang. Demikian juga halnya dengan para dai ada juga yang memiliki keinginan untuk memiliki nilai prestisius dengan cara menjadi pendukung calon pasangan calon walikota dan wakil walikota. Hal ini akan mereka miliki apabila pasangan calon yang diusung nantinya akan terpilih sebagai penguasa.

Untuk mendapatkan data terkait hal di atas dilakukan wawancara dengan ustaz M. Daud Sagita di Warung Kopi Fraksi D Sutomo Berdasarkan penjelasan ustaz M. Daud Sagita diketahui bahwa keterlibatan dai ditengah-tengah masyarakat sangat memerlukan nilai tambah yang dapat mendongkrak popularitas dirinya. Banyak hal yang bisa dijadikan sebagai nilai tambah, seperti *skill* dalam menyampaikan ceramah atau memiliki retorika yang baik, wawasan yang tinggi terhadap ilmu-ilmu agama dan ilmu umum, penampilan yang menarik, sikap yang

³⁰³ Sangkot Saragih, wawancara di Medan, tanggal, 21 Agustus 2016.

³⁰⁴ Rozak Moya, wawancara di Medan, tanggal 17 Nopember 2016.

simpatik dan sebagainya. Namun nilai tambah yang tidak kalah pentingnya dan harus dimiliki seorang dai adalah kedekatan dai dengan para penguasa. Menurut beliau:

Kedekatan ini jangan dianggap negatif. Untuk pelaksanaan dakwah atau penyampaian pesan-pesan dakwah kepada masyarakat dai bisa menggunakan kekuasaan kepala daerah (walikota dan wakil walikota). Kita titipkan pesan-pesan dakwah tersebut kepada kepala walikota atau wakilnya dan selanjutnya pesan itu mereka sampaikan kepada masyarakat banyak melalui berbagai bentuk kegiatan.³⁰⁵

Selanjutnya menurut ustad M. Daud Sagita untuk menyampaikan sesuatu idea atau pokok pikiran kepada masyarakat, seperti halnya menyampaikan pesan-pesan ajaran agama dai harus memerlukan kredibilitas yang kuat. Kredibilitas itu bisa dimaknai dengan kekuasaan yang atau kemampuan yang melekat pada diri seseorang. Ada kalanya untuk menyampaikan suatu pesan kredibilitas yang ada pada diri kita tidak cukup kuat untuk bisa memengaruhi orang lain. Untuk itu diperlukan kredibilitas orang lain yang cukup kuat dan berpengaruh agar isi pesan yang akan disampaikan tepat sasaran dan dilaksanakan sebagaimana mestinya. Kredibilitas dai itu akan bertambah baik jika dia memiliki kedekatan dengan pejabat seperti walikota dan sebagainya, dengan kedekatan itu maka orang lain maupun jamaah akan memiliki pandangan yang berbeda, kelas juga berbeda dan mungkin juga penghasilan akan berbeda.

Guna mendapatkan data yang cukup dilakukan juga wawancara pada tanggal 10 Agustus 2017 dengan ustad Bustami Manurung di masjid Ulul Albab UIN SU. Menurut beliau :

Untuk kepentingan masyarakat yang menjadi jamaah kita dalam pengajian tidak ada salahnya kita sebagai dai dan jamaah kita mendukung calon walikota dan wakil walikota. Dukungan yang kita berikan akan memberikan dampak pada hubungan kekerabatan kita sebagai dai dan masyarakat dengan walikota dan wakilnya. Dengan begitu pelaksanaan kegiatan keagamaan yang akan diselenggarakan masyarakat akan mudah mendapatkan dukungan baik berupa pendanaan maupun fasilitas lainnya dari pemerintah.³⁰⁶

Sementara ustaz Sobirin menyebutkan, bahwa ada sekitar 80 ustaz di Kota Medan berkumpul pada sebuah acara sosialisasi dan kampanye untuk mendukung dan mendoakan pasangan Ramadhan-Edie menang di Pilkada Kota Medan. Kehadiran mereka didasarkan pada komitmen yang jelas pasangan tersebut untuk memperhatikan keberadaan ustadz-ustadz di Kota Medan, salah satunya adalah tentang jaminan kesehatan secara gratis bagi para ustaz jika nantinya terpilih.

³⁰⁵ M. Daud Sagita, wawancara di Medan, tanggal 10 Agustus 2017.

³⁰⁶ Sobirin, wawancara di Medan, tanggal 20 Januari 2019.

Selama ini ustaz-ustadz kecil kurang sekali mendapat perhatian dan bantuan dari pemerintah Kota Medan, kebanyakan mereka hanya di manfaatkan ketika pemilu, setelah itu dilupakan. Waktu itu ada komitmen Ramadhan Pohan jika menang ingin memberikan perhatian dan fasilitas yang lebih kepada ustaz-ustaz, seperti BPJS gratis dan sebagainya. Sehingga akan ada perubahan kehidupan dan taraf hidup ustaz. Dan waktu itu ustaz-ustaz berharap kedepannya jangan ada lagi dzalimi ustaz, karena mereka berdakwah sampai larut malam.³⁰⁷

Hal tersebut terungkap dari beberapa sumber dalam penelitian bahwa mereka hadir menghiasi panggung-panggung politik pasangan calon karna “Jelas Pucuknya” artinya jelas amplopnya atau jelas uang yang akan mereka terima dari hasil kehadiran mereka disana, walaupun hanya sekedar membacakan doa di panggung-panggung kampanye tersebut. Lebih dari itu, bahwa sikap mencari keuntungan dai ini juga terlihat mana kala mereka memfasilitasi pertemuan pasangan calon dengan masyarakat maupun jamaah yang mereka bina melalui berbagai kegiatan keagamaan seperti pengajian akbar, zikir & doa akbar dan lain sebagainya. Hal ini terungkap dari hasil wawancara dengan ustaz Bustami manurung.³⁰⁸

Lebih lanjut ustaz Bustami Manurung menjelaskan, adakalanya para dai ini sengaja menawarkan diri kepada salah satu pasangan calon secara langsung maupun melalui ketua tim kampanye pemenangan calon tersebut untuk terlibat dalam upaya memenangkan pilkada dengan berbagai rencana dan program yang ditawarkan kepada pasangan calon. Hal ini dilakukan dai ada dalam bentuk pribadi-pribadi dan juga dalam bentuk organisasi dai yang sudah ada atau yang sengaja dibentuk menjelang pesta demokrasi tersebut. Mereka berupaya meyakinkan pasangan calon tertentu, bahwa kehadiran dan keterlibatan mereka dalam tim pemenangan sangat penting untuk memperkuat dukungan masyarakat pemilih terhadap calon walikota dan wakil walikota dengan berbagai pendekatan yang dilakukan terutama melalui retorika dakwah, kegiatan ritual keagamaan dan pengaruh ketokohan dai di tengah masyarakat dan jamaah mereka khususnya.³⁰⁹

Hal tersebut menunjukkan bahwa dai menyadari jika membawa atas nama individu akan lebih sulit untuk menjumpai calon kandidat dikarenakan banyak orang lain yang punya kepentingan dengan calon tersebut. Namun, jika membawa

³⁰⁷ *Ibid.*

³⁰⁸ Bustami Manurung, wawancara di Medan, tanggal 29 Oktober 2016.

³⁰⁹ *Ibid.*

nama intansi ataupun oragnisasi akan lebih mudah, apalagi jika yang membawa adalah sosok yang dihormati oleh calon kandidat serta memiliki pengaruh besar di tengah masyarakat, maka calon kandidat tersebut akan lebih yakin untuk menjalin komunikasi lebih lanjut dalam merumuskan kepentingan bersama. Selanjutnya, jika pintu komunikasi sudah terbuka maka biasanya pemuka-pemuka dalam organisasi tersebut, seperti ketua sekretaris dan jabatan lainnya yang berpengaruh pada organisasi tersebut secara intensif berkomunikasi dengan kandidat untuk membicarakan kesepakatan bersama atau kontrak politik dalam rangka program kemenangan untuk calon kandidat tersebut.

Kontrak politik dimaksud adalah kesepakatan bersama yang dibuat antara calon kandidat dengan dai yang berisi tentang bentuk kegiatan yang akan dilaksanakan, jumlah massa yang hadir, tempat dan waktu pelaksanaan, volume kegiatan serta biaya yang harus dikeluarkan untuk setiap kegiatan tersebut. Kontrak politik tersebut biasanya dilakukan secara lisan tanpa ada perjanjian tertulis yang dibuat dan bersifat saling percaya antara kedua belah pihak. Melalui kesepakatan tersebut, kemudian dai mempersiapkan segala sesuatu yang berhubungan dengan kegiatan yang akan dilaksanakan. Mulai dari sosialisasi keseluruhan pengurus, kemudian mengorganisasikan acara, mempersiapkan massa yang akan dihadirkan biasanya adalah jamaah pengajian sampai akhirnya menghadirkan calon kandidat diacara tersebut.

Peneliti menemukan ada beberapa organisasi dai yang ikut terlibat dalam kampanye calon Walikota dan Wakil Walikota Medan tahun 2015. Salah satunya yang menarik perhatian peneliti adalah oragnisasi Majelis Silaturahmi Ustaz dan Ustazah (MAS-UD) Kota Medan yang dibentuk pada bulan Nopember 2012 dibawah kepemimpinan Ustaz H. Sangkot Saragih, MA. Organisasi ini mampu menghimpun lebih kurang 1200 ustaz dan ustazah yang tersebar diseluruh kecamatan dan kelurahan di Kota Medan menjadi anggotanya dalam waktu singkat. Tujuan dari Organisasi ini dibentuk adalah sebagai wadah komunikasi dan silaturahmi para Ustaz dan Ustazah se Kota Medan yang selama ini para dai masih berjuang sendiri dan tidak ada yang memikirkan nasib mereka yang telah berjuang siang dan malam untuk umat dan Kota Medan.³¹⁰

Organisasi MAS-UD Kota Medan secara terbuka menyatakan dukungannya kepada pasangan Edin-Ahyar. Sikap ini diambil melalui kegiatan

³¹⁰ Sangkot Saragih, wawancara di Medan, tanggal 12 Oktober 2016.

silaturahmi akbar seluruh pengurus MAS-UD dan anggotanya dengan Edin-Ahyar di Asrama Haji Medan. Pada kegiatan tersebut sedikitnya 1200 ustaz dan ustazah se Kota Medan berkumpul untuk menyatukan sikap politik mereka. Selanjutnya untuk menjalin hubungan yang lebih dekat maka di angkatnya Dzulmi Eldin sebagai Pembina dan Ahyar Nasution sebagai Penasehat MAS-UD Kota Medan. Sehingga menjadi tanggung jawab seluruh dai yang bergabung di organisasi tersebut untuk ikut mengkampanyekan dan memenangkan pasangan Eldin-Ahyar dengan slogan “Pilih BENAR”. BENAR artinya Bang Eldin dan Ahyar.³¹¹

Menurut penjelasan Ketua MAS-UD Kota Medan bahwa kegiatan silaturahmi akbar tersebut seluruhnya di fasilitasi oleh calon pasangan Eldin-Ahyar, mulai dari tempat, konsumsi, dokumentasi dan bahkan uang saku juga diberikan sebagai pengganti transport bagi ustaz dan ustazah yang hadir pada acara tersebut. Pada kesempatan itu Eldin-Ahyar juga memberikan fasilitas pakaian seragam kepada seluruh pengurus dan anggota MAS-UD. Selain itu, Mereka meminta kepada Eldin-Ahyar jika nanti terpilih untuk memperhatikan nasib para ustaz dan Ustazah di Kota Medan, karena masih banyak para ustaz yang hidup dalam kondisi memprihatinkan. Masih banyak ustaz-ustaz kita yang tinggal dirumah kontrakan, pekerjaan pokoknya hanya berdakwah dari masjid ke pengajian-pengajian dan tidak memiliki pekerjaan lainnya.

Ada beberapa kontrak politik yang diusulkan organisasi MAS-UD kepada Pasangan Eldin-Ahyar jika nantinya mereka menang dalam pemilu dan menjadi Walikota dan Wakil Walikota Medan periode 2015-2020. Pertama, Eldin-Ahyar diminta memberi fasilitas dan bantuan jaminan kesehatan berupa BPJS Gratis bagi seluruh anggota MAS-UD yang tidak mampu. Kedua, MAS-UD meminta anggaran dari Pemerintah Kota Medan berupa insentif bagi para ustaz untuk kegiatan Magrib Mengaji. Kedua tawaran ini dianggap penting untuk membantu meringankan beban hidup dan upaya meningkatkan kesejahteraan para ustadz dan ustazah Kota Medan. Tawaran dari MAS-UD ini diterima dan akan menjadi komitmen pasangan Eldin-Ahyar jika nanti mereka terpilih sebagai Walikota dan Wakil Walikota Medan.

Terdapat juga organisasi dai menawarkan jasa politiknya untuk pasangan Ramadhan Pohan dan Eddie Kusuma (RENDI) seperti Majelis Zikir

³¹¹ Damri Tambunan, wawancara di Medan, tanggal 15 Oktober 2016.

Thuthma'innah (DAI) Kota Medan. Majelis Zikir ini menjalin hubungan dengan pasangan RENDI melalui pengurusnya yang juga anggota MUI Kota Medan, keberadaan anggota MUI itulah yang memperkuat keyakinan RENDI untuk menggunakan jasa politik mereka dalam hal kegiatan ritual keagamaan untuk memperkuat posisi RENDI di tengah-tengah umat Islam. Kegiatan ritual tersebut ternyata sering dilakukan DAI pada moment-moment politik sebagai bentuk pesanan calon-calon yang punya kepentingan politik, kegiatan ritual yang ditawarkan berupa zikir politik, yaitu ritual pembacaan "Yasin 41".³¹²

Yasin 41 satu ini merupakan kegiatan pembacaan yasin sebanyak 41 kali, baik apakah jumlah pesertanya 41 ataupun kurang dari jumlah tersebut, tetapi pembacaan yasin harus dilakukan sebanyak 41 kali. Sebelum pembacaan yasin dilakukan *kaifiyat* (tata cara) yang telah diformalkan dalam pelaksanaan tradisi Yasin 41 sebagaimana yang diyakini merupakan bentuk ritual untuk mendapatkan terkabulnya segala keinginan. Dalam pengalaman dai pelaksanaan ritual Yasin 41 ini dilakukan saat sebelum pelaksanaan pilkada hingga selesainya momen politik dilakukan di rumah calon kepala daerah tersebut setiap malamnya setelah pelaksanaan shalat isya. Setelah pelaksanaan pembacaan Yasin 41 sebagai penutup kegiatan ini dilakukan pembacaan doa yang dipimpin oleh ketua dai dan terkadang juga diwaliki oleh para pengurus yang memiliki kompetensi sama.

Kontrak politik antara dai dengan RENDI untuk melaksanakan kegiatan Yasin 41 tersebut diawali dengan melakukan kesepakatan-kesepakatan untuk membuat acara zikir, membuat kesepakatan tersebut dilaksanakan untuk tidak merugikan kedua belah pihak. Setelah selesai membuat kesepakatan-kesepakatan hingga menemukan titik temu, maka mulailah dai mempersiapkan acara mulai dari menghadirkan massa yang didatangkan untuk acara zikir berkisar seratus orang ataupun tergantung dari kesepakatan awal dengan politisi. Semua instrument yang hadir dan ada pada acara zikir tersebut semuanya menurut kesepakatan awal dari dai dan politisi, massa tersebut diarahkan oleh pemuka dai untuk berhadir pada acara yang telah ditetapkan ketua dai. Massa tersebut akan mengikuti arahan dari ketua dai, dari tempat, pakaian yang dikenakan semuanya

³¹² Praktek yasin 41 ini dikenal luas di kalangan tarekat yang merupakan bentuk ritual dalam upaya memenuhi segala keinginan, maka tentu dalam hal ini DAI membawa ritual ini pada ranah politik. Ziaulhaq, "Bisnis Berkah di Makam Tuan Guru: Komodifikasi Ritual pada Haul Tarekat Naqsyabandiyah Babussalam (TNB)" *Jurnal Sinergis Kopertais Wilayah XII*, vol. 2, no. 1, 2014, 139-151.

yang berhubungan dengan zikir, semua massa mengikuti arahan dari ketua organisasi dai dan arahan-arahan yang diberikan ketua dai beralasan dari kesepakatan antara kedua belah pihak. Sementara pihak RENDI bertanggung jawab untuk mempersiapkan biaya kegiatan ritual tersebut sesuai dengan kesepakatan.³¹³

E. Strategi Dai Membangun Pencitraan Kandidat Pada Pemilihan Walikota Medan tahun 2015

Keterlibatan dai dalam membangun pencitraan politik kandidat Walikota Medan tahun 2015 dilakukan dengan melakukan serangkaian strategi yang dianggap efektif dan efisien untuk membangun citra kandidat di tengah umat Islam dan khususnya jamaah pengajian maupun perwiridan yang ada di Kota Medan. Upaya yang dilakukan dai tersebut dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu: strategi dai merawat ketokohan kandidat, strategi mengemas pesan politik dan strategi memilih media.

a. Strategi Dai Merawat Ketokohan Kandidat

Merawat ketokohan merupakan kegiatan penting yang harus diperhatikan dalam sebuah proses komunikasi politik. Merawat ketokohan disini dimaksudkan sebagai upaya menampilkan tokoh atau aktor politik sebaik mungkin di mata publik, sebagaimana layaknya seorang artis yang disenangi dan dikagumi banyak fansnya ketika ia tampil di tengah-tengah masyarakat dalam sebuah *event* tertentu. Aktor politik juga harus mampu menampilkan sosok dirinya di hormati, disenangi dan dirindukan publik karena aktor politik sebagai komunikator politik yang memiliki posisi strategis dalam kegiatan pencitraan politik.

Hubungan antara tokoh politik dan khalayak adalah bagian integral dan tidak dapat dipisahkan dari sistem sosial terlebih lagi dalam aktivitas politik. Tokoh sebagai komunikator politik harus memainkan peran utama dalam proses pembentukan opini publik, khususnya dalam ranah pencitraan politik. Penting untuk diperjelas disini bahwa komunikator politik tidak hanya melekat pada partai politik, lembaga legislatif maupun eksekutif sebagaimana pandangan masyarakat umum. Lebih dari itu, komunikator politik adalah mereka-mereka yang dapat

³¹³ Posisi ketua dai menjadi penentu setiap kegiatan yang dilakukan, sebab dalam struktur sosial yang dikemukakan sebelumnya organisasi ini dijalankan dalam sistem yang kaku karena model struktur yang bersifat atas ke bawah.

memberi informasi tentang hal-hal yang mengandung makna atau bobot politik, misalnya presiden, menteri, anggota DPR, DPD, DPRD, KPU, Gubernur, Bupati/Walikota, politisi, fungsionaris partai politik, fungsionaris Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), tokoh masyarakat, tokoh agama, serta kelompok-kelompok penekan dalam masyarakat yang bisa memengaruhi jalannya pemerintahan, termasuk dalam hal ini secara khusus adalah dai sebagai entitas yang terlibat dalam umum.

Dai dalam hal ini adalah komunikator politik yang terlibat aktif maupun pasif sebagai sumber dan kendali dalam aktivitas komunikasi politik, jika dihubungkan dengan proses pencitraan politik kandidat di pilkada Kota Medan tahun 2015 yang lalu maka posisi dai adalah komunikator yang berperan untuk membangun citra politik kandidat di tengah masyarakat. Sehingga dai turut berkontribusi dalam mensukseskan pelaksanaan pilkada Kota Medan dan pada sisi yang lain memainkan peran sebagai agent suara kandidat calon Walikota dan Wakil Walikota tahun 2015. Keberhasilan calon kandidat tersebut di pilkada Kota Medan tentunya sangat dipengaruhi oleh cara dai membangun ketokohan dirinya dan kandidat yang didukungnya pada massa pemilu dilaksanakan sehingga tumbuh keyakinan masyarakat untuk memilih kandidat yang diusung oleh dai.

Ketokohan seseorang adalah sesuatu identitas yang dimiliki seseorang dan hal itu diketahui orang lain. Ketokohan seseorang itu terwujud karena tiga syarat yaitu kredibilitas, daya tarik dan kekuatan yang dimiliki. Yang dimaksud dengan kredibilitas seseorang itu sebagaimana yang diungkapkan Aristoteles pada Bab II di atas menunjukkan suatu itikad baik, dapat dipercaya dan memiliki kecakapan serta kemampuan berkomunikasi dan memiliki pengetahuan yang luas. Kedua, daya tarik seorang komunikator secara umum disebabkan karena kemampuannya bicara dengan sopan, murah senyum, cara berpakaian yang sesuai, dan postur tubuh yang gagah. Faktor fisik atau postur badan merupakan daya tarik tersendiri bagi khalayak pemilih. Ketiga, seorang komunikator adalah memiliki kekuatan. Kekuatan yang dimaksudkan disini begitu luas, tidak sekedar kekuatan finansial. Namun, seorang komunikator mesti harus juga ditopang dan didukung oleh lembaga (organisasi) yang memiliki kekuatan dan pengaruh yang luas di tengah-tengah masyarakat.

Berdasarkan pemikiran di atas, maka upaya untuk merawat ketokohan seseorang adalah suatu cara atau strategi untuk membangun atau menciptakan

kredibilitas seseorang, daya tarik dan kekuatan seseorang di tengah masyarakat secara luas. Dalam hal ini ketokohan kandidat juga turut dipengaruhi oleh ketokohan dai. Upaya-upaya merawah ketokohan yang dilakukan oleh dai (atau yang lebih di kenal dengan sebutan ustaz/ustazah) untuk membangun citra positif kandidat dimata masyarakat dilakukan dengan berbagai cara. Namun sebelum mengungkap lebih jauh, peneliti berusaha mengungkap sejauhmana dai memahami sosok kandidat yang didukung, visi dan misinya serta program-program kandidat jika terpilih menjadi Walikota dan Wakil Walikota periode 2015-2020.

Berdasarkan pernyataan dari Ustdaz Sangkot Saragih, bahwa dirinya sudah memiliki hubungan yang baik dengan sosok Eldin-Ahkyar. Kedekatan dengan Eldin khususnya telah terbangun sejak beliau menjabat sebagai Sekda Kota Medan dan sampai kemudian Eldin menjabat Wakil Walikota dan selanjutnya menjadi Walikota Medan. Ketika Eldin menjabat Walikota diakuinya bahwa Eldin memiliki hubungan yang baik dengan berbagai kalangan dai di Kota Medan. Buktinya bahwa banyak dai Kota Medan di undang untuk mengisi acara-acara keagamaan yang dilaksanakan oleh Pemko Medan. Selanjutnya, Eldin di mata para dai adalah sosok yang baik, dermawan, ramah, mudah berkomunikasi namun tidak banyak berbicara tapi lebih banyak bekerja. Selain itu, Eldin juga sosok yang diyakini taat dalam beribadah seta peduli terhadap sesama khususnya anak yatim dan kaum dhuafa.³¹⁴

Selanjutnya, Ustaz Sangkot juga mengungkapkan bahwa dirinya sangat memahmi visi dan misi Eldin untuk membangun Kota Medan periode 2015-2020. “Medan Rumah Kita” sebagai slogan Eldin-Akhyar dalam kampanye pilkada Kota Medan 2015 merupakan sebuah komitmen untuk menjadikan Kota Medan sebagai Kota Bersama dan diurus secara bersama antara pemimpin dan rakyatnya. Hal itu adalah hasil diskusi yang panjang dan turut juga melibatkan kelompok dai di Kota Medan. Sehingga visi dan misi tersebut bukan sekedar keinginan Eldin-Akhyar semata namun juga keinginan bersama masyarakat Kota Medan. Ustaz Sangkot menegaskan:

Aku ini anak medan, tinggal di Medan, lahir di Medan, sekolah di Medan, kuliah di Medan, cari makan di Medan. Masak tidak tercatat sebagai orang yang berbuat untuk medan. Nah ini saatnya medan dibangun secara bersama, Medan Rumah Kita sebagai slogannya Eldin-Akhyar itu ketika

³¹⁴ Sangkot Saragih, wawancara di Medan, tanggal 17 Oktober 2016.

kampanye juga slogan keinginan kita untuk bersama membangun Kota Medan yang lebih baik.³¹⁵

Selanjutnya ustaz Muhammad Iqbal mengungkapkan, bahwa Eldin memang sosok yang sudah di kenal luas di Kota Medan tidak hanya di kalangan birokrasi, politisi, maupun dai namun masyarakat di pinggiran kota Medan juga sudah sangat mengenal beliau. Hal itu karena beliau adalah pejabat yang sudah lama berkarir di kota Medan. Namun tidak semua kalangan yang memahami dengan baik kiprah yang sudah dibuat Eldin selama ini dalam membangun kota Medan, bahkan terkesan banyak pihak juga merasa kecewa dengan kepemimpinan Eldin selama ini tidak mampu menyelesaikan berbagai persoalan yang terjadi di tengah-tengah masyarakat. Sesungguhnya dai juga tidak merasakan banyak manfaat pada kepemimpinan Eldin sebelumnya, namun karena ada alasan ideologis dan moral sehingga kemudian banyak dai yang turut mendukung Eldin-Akhyar pada pilkada 2015 yang lalu. Sehingga pada moment kampanye, banyak dai yang hanya bicara berdasarkan sentimen dan isu-isu agama, suku dan ras semata untuk menyakinkan masyarakat khususnya umat Islam untuk memilih pasangan Eldin-Akhar. Sementara, visi dan misi Eldin-Akhyar sedikit sekali diungkapkan oleh dai yang terlibat waktu itu, hal itu disebabkan karena dai yang terlibat tidak mengetahui visi dan misi tersebut. Selanjutnya beliau mengungkapkan:

Saya sendiri jujur tidak begitu paham tentang visi dan misinya Eldin-Akhyar, hanya sekedar mengetahui sedikit seperti slogan “Medan Rumah Kita”. Bagi saya visi dan misi juga tidak begitu penting bagi jamaah karena mereka juga tidak sampek kesana berpikinya. Yang penting bagi mereka walikota dan wakilnya Islam, itu dah cukup.³¹⁶

Pernyataan yang sama juga diungkapkan oleh Ustaz M. Daud Sagita, menurutnya visi dan misi calon Walikota itu tidak begitu penting, itu hanya retorika dan *lips service* belaka serta syarat untuk pencalonan. Pada kenyataannya hamper semua pejabat pemerintah dari pusat sampai daerah yang bekerja tidak berdasarkan visi dan misi yang dibuatnya ketika kampanye. Sehingga tidak menjadi penting memahami visi dan misi kandidat Walikota waktu itu, apalagi visi dan misi itu disampaikan pada jamaah pengajian atau perwiridan terlebih lagi

³¹⁵ *Ibid.*

³¹⁶ Muhammad Iqbal, Ketua Majelis Taklim Saidul Anam Kota Medan, wawancara di Medan, tanggal 7 Desember 2016.

bagi kaum ibu-ibu, karena mereka tidak butuh penjelasan itu dan juga tidak ada yang bertanya tentang itu.³¹⁷

Hal di atas juga dikuatkan oleh ustaz Bustami Manurung,

Menurut saya dan mungkin sama dengan ustaz-ustaz lainnya di Kota Medan tidak penting itu visi dan misi calon Walikota. Ada sebagian pandangan bahwa yang penting calonnya itu Islam-islam. Namun, sebagian yang lain yang paling penting adalah “jolas dan cair”³¹⁸ dan tidak penting siapa dan bagaimana sosoknya. Itu menurutnya sudah menjadi rahasia umum di kalangan politisi dan masyarakat di Kota Medan. Namun bagi kami JBMI yang terpenting adalah komitmen untuk umat.

Selanjutnya menurut penjelasan ustaz Amhar Nasution, jika seorang dai ingin terlibat dalam kegiatan politik praktis, maka setidaknya harus memiliki pengetahuan tentang sosok calon yang akan didukung, kemudian mengetahui tentang visi, misi dan program kerja yang akan dilakukannya ketika terpilih. Namun terkadang banyak dari kalangan dai yang terjun sebagai tim sukses atau relawan kampanye kandidat di pilkada Kota Medan yang lalu itu dianggap sesuatu yang tidak penting. Sehingga banyak muatan kampanye dai yang disampaikan itu lebih sekedar retorika umum yang menjanjikan harapan untuk masyarakat namun tidak sesuai dengan apa yang sesungguhnya. Hal ini yang sesungguhnya tidak baik dalam proses pendidikan politik, lebih parah lagi muatan kampanye yang dilakukan tersebut dominan menyinggung tentang agama, suku maupun ras calon yang bertanding. Lebih lanjut Ustaz Amhar Nasution mengungkapkan:

Saya mengenal baik Ramadhan Pohan dan Eddie Kusuma, walaupun keduanya berbeda aqidah. Bagi saya itu bukan masalah dan tidak bertentangan dengan agama. Kita ini kan bangsa yang berbhineka, sah-sah saja siapa yang ingin berbuat untuk bangsa ini. Namun yang terpenting visi dan misi serta komitmen mereka untuk pembangunan lebih baik kedepannya.³¹⁹

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan dai-dai yang lain, menunjukkan bahwa mereka juga tidak mengetahui secara baik tentang visi dan misi serta program kerja kandidat yang didukung. Mereka mengungkapkan bahwa visi dan misi serta program kerja kandidat Walikota dan Wakil Walikota itu tidak menjadi tema pesan-pesan politik yang mereka sampaikan. Peran mereka lebih

³¹⁷ M. Daud Sagita, wawancara di Medan, tanggal 12 Desember 2017.

³¹⁸ “Jolas dan cair” ini merupakan sebuah ungkapan yang biasa didengar di kota medan khususnya pada masa-masa pemilu. Ungkapan itu mengandung arti bahwa seseorang yang akan didukung itu punya komitmen untuk member imbalan dari jasa politik yang disumbangkan, imban tersebut bisa berupa uang maupun barang atau bentuk lainnya.

³¹⁹ Amhar Nasution, wawancara di Medan, tanggal 25 Oktober 2016.

pada posisi untuk menampilkan kandidat yang didukung agar kemudian timbul keyakinan umat atau jamaah untuk mendukung dan memilih nantinya. Sebagaimana yang di ungkapkan oleh ustaz Sangkot Saragih, bahwa upaya terpenting untuk membangun citra kandidat Eldin-Akhyar (BENAR) dilakukan dengan beberapa pendekatan.

Pertama, calon pemimpin itu harus dekat dengan jamaah dan umat serta merakyat. Secara ideal calon pemimpin itu harus dekat dengan umat dan merakyat, jika calon pemimpin itu dekat dengan umat atau masyarakat, maka mereka akan merasa senang dan merasa diperhatikan calon pemimpinnya. Selanjutnya, melalui kedekatan itu maka mereka akan lebih mudah menyampaikan berbagai persoalan yang dihadapinya secara pribadi maupun di tengah lingkungannya, selain itu, mereka juga dengan mudah menyampaikan harapan-harapannya jika calon pemimpin tersebut nantinya terpilih menjadi pemimpin mereka. Pada sisi yang lain, dengan dekatnya calon pemimpin dengan umat atau masyarakatnya maka calon tersebut bisa melihat, mendengar dan merasakan secara langsung segala persoalan yang sedang terjadi dan dihadapi oleh masyarakatnya. Oleh karena itulah peran dai dalam hal ini adalah berusaha untuk menjembatani atau memfasilitasi pertemuan secara langsung atau bertatap muka calon pemimpin tersebut dengan umat dan masyarakatnya dalam berbagai kegiatan kampanye yang dilakukan.³²⁰

Selama ini bang Eldin itu sudah di kenal oleh masyarakat luas di Medan, jadi ngak begitu sulit lagi untuk mensosialisasikan beliau, namun tetap penting waktu itu pada masa kampanye untuk menghadirkan beliau di berbagai pertemuan. Ya, paling tidak masyarakat itu tau apa yang dikerjakan beliau selanjutnya untuk Medan.

Ungkapan di atas juga dikuatkan oleh pernyataan Ustaz Bustami Manurung Ustaz, sebagai berikut:

Calon pemimpin itu harus dekat dan di dekatkan dengan umat, jangan sampai umat tidak paham bagaimana sosok pemimpinnya, dan juga sebaliknya pemimpin juga harus mengenal rakyatnya sehingga bisa mengerti dan memahami masyarakatnya. Kalau dulu ada istilahnya “Beli Kucing dalam karung”, nah, itu lagu lama, tau-tau pemimpin sudah berganti, siapa dan bagaimana dia rakyat tidak tahu. Tapi era sekarang sudah era keterbukaan yang mana pemimpin itu harus dikenal oleh masyarakat. Terkadang yang sudah kenal saja juga belum tentu dipilih.³²¹

³²⁰ Sangkot Saragih, wawancara di Medan, tanggal 17 Oktober 2016.

³²¹ Bustami Manurung, wawancara di Medan, tanggal 10 Nopember 2016.

Lebih lanjut ustaz Bustami Manurung menambahkan bahwa dirinya sebagai Sekretaris Jamiah Batak Muslim Indonesia (JBMI) Sumatera Utara berkepentingan untuk mendekatkan pasangan Eldin-Akhyar kepada warga Batak Muslim yang ada di Kota Medan. Hal itu lebih dikarenakan Akhyar Nasution adalah putra keturunan Batak yang beragama Islam sehingga dekat sekali dengan JBMI. Sehingga ada tanggung jawab kami untuk mensosialisasikannya di lingkungan masyarakat Batak Muslim. Hal itu lakukan dengan melakukan dialog di beberapa titik di Kota Medan yang dihadiri pengurus JBMI dan masyarakat Batak Muslim yang ada di Kota Medan bersama Akhyar Nasution dengan tema Mencari Pemimpin Kota Medan Yang Amanah, Islamis Religius Dan Humanis. Pada kesempatan dialog itu, JBMI menggunakan pendekatan falsafah *dalian natolu* kepada sesama komunitas Batak Muslim di Kota Medan.³²²

Ustaz Sangkot Saragih melanjutkan bahwa yang kedua, kandidat harus dikenal umat sebagai sosok yang peduli. Menurutnya, selain sosok calon pemimpin itu merupakan sosok yang dekat dan merakyat dimata umat, maka hal itu harus diperkuat lagi dengan sikap dan perilaku peduli kepada umat. Hal ini juga salah satu hal yang diharapkan dai kepada kandidat, ketika kandidat tersebut menghadiri acara-acara keagamaan. Hampir pada setiap acara keagamaan yang dihadiri kandidat diakhiri dengan pemberian bantuan berupa materi atau barang-barang tertentu. Seperti pemberian jilbab untuk ibu-ibu pengajian (perwiridan), *Sound System* untuk perkumpulan STM (Serikat Tolong Menolong), santunan kepada anak yatim piatu dan janda-janda miskin dan lain sebagainya.³²³

Ustaz Damri Tambunan sebagai Sekretaris MAS-UD Kota Medan juga menyampaikan:

Kami dari MAS-UD meminta Pak Eldin untuk memberi perhatian lebih kepada anak yatim dan kaum dhuafa. Niatnya sebagai sedekah bukan money politik. walaupun kami tau bahwa pak eldin itu sudah terbiasa dari dulu secara pribadi memberi santunan kepada anak yatim maupun kaum dhuafa, nah di momentum kampanye kemaren hal itu harus juga dibungkus supaya lebih menguatkan simpati dan dukungan masyarakat pada beliau.³²⁴

Ustaz Damri Tambunan juga menambahkan, selain bentuk kepedulian kepada secara langsung kepada masyarakat, Eldin dan Akhyar juga berkomitmen

³²² *Ibid.*

³²³ Sangkot Saragih, wawancara di Medan, tanggal 17 Oktober 2016.

³²⁴ Damri Tambunan, wawancara di Medan, tanggal 24 Nopember 2016.

untuk memperhatikan kesejahteraan dai yang ada di Kota Medan. Bentuk komitmen tersebut, antara lain memberikan fasilitas BPJS gratis kepada dai-dai yang kurang mampu secara ekonomi. Selain itu akan diberikan tambahan insentif setiap bulannya kepada dai-dai yang mengajar mengaji di Kota Medan. Inilah yang kita sampaikan kepada dai-dai Kota Medan sebagai alasan mendukung pasangan Eldin dan Akhyar. Menurut Ustaz Damri Tambunan hal itu penting diketahui dai-dai di Kota Medan, bahwa hanya sosok Eldin-Akhyar yang menaruh perhatian lebih kepada dai-dai di Kota Medan dan hal tersebut telah dibuktikan.³²⁵

Bentuk lain yang dilakukan dai untuk menguatkan citra kandidat dimata umat adalah dengan mendampingi kegiatan safari keagamaan yang dilakukan kandidat. Dai turut mendampingi kandidat dalam hal ini adalah Dzulmi Eldin melakukan kegiatan safari subuh berjamaah, magrib berjamaah, dan lain sebagainya. Hal tersebut terungkap dari hasil wawancara dengan ustaz H. Sangkot Saragih bahwa Dzulmi Eldin selalu membiasakan kegiatan salat subuh berjamaah di masjid. Kegiatan safari salat subuh berjamaah tersebut ternyata hal yang sudah rutin dilaksanakannya dari satu masjid ke masjid yang lain di Kota Medan. Selain kegiatan safari subuh tersebut Eldin juga tidak merasa risih ketika diundang oleh dai-dai kita yang mengurus tempat pemakaman umum untuk ikut acara gotong royong di area pemakaman tersebut.

....Kalau dalam hal itu saya saja yang ustaz malu, karena lebih baik lagi salat subuh pak Eldin dengan saya. Beliau selalu salat subuh berjamaah di masjid. Dari satu masjid ke masjid yang lain. Dan setelah solat beliau pulang, ya paling tidak sekedar bersalaman dengan sesama jamaah salat subuh, bukan ada dibuat kampanye-kampanye subuh.³²⁶

Dilain pihak, dai-dai yang mendukung pasangan Ramadhan-Eddie (REDI) juga melakukan hal yang sama, yaitu mereka berupaya mendekatkan REDI dengan Umat Islam dan Masyarakat luas, hal tersebut juga dibungkus dengan kegiatan-kegiatan keagamaan, berupa Tabligh Akbar, Zikir dan Doa. Menurut ustadz Amhar Nasution, mendekatkan sosok kandidat dengan umat dan masyarakat itu hal yang penting dilakukan melalui berbagai kegiatan keagamaan, namun ada hal yang juga lebih penting diperhatikan yaitu membangun perilaku kesolehan kandidat tersebut ketika bersama umat. Perilaku yang soleh itu harus ditampilkan dalam bentuk berkomunikasi dan berpenampilan ketika duduk di

³²⁵ *Ibid.*

³²⁶ Sangkot Saragih, wawancara di Medan, tanggal 17 Oktober 2016.

tengah umat. Kejujuran, kesederhanaan dan kepedulian terhadap umat harus tampak dalam interaksi yang terjadi antara kandidat dan umat. Lanjut Ustadz Amhar Nasution, bahwa masyarakat sudah mulai jenuh dengan banyaknya janji-janji yang disampaikan calon pemimpin ketika kampanye, namun ketika sudah terpilih perilaku korupsi tetap dilakukan, jauh dari umat dan jauh dari Tuhan.³²⁷

Menurut Ustadz Amhar Nasution, Kota Medan membutuhkan pemimpin baru yang bersih, amanah, enerjik dan memiliki komitmen yang tinggi untuk membangun Kota Medan yang multi etnis, budaya dan agama. Hal itu disampaikannya pada setiap ceramah atau tausiyah di acara-acara keagamaan seperti *tabligh* akbar, zikir akbar dan doa bersama. menurutnya bahwa, pemimpin sebelumnya telah gagal menata dan membangun Kota Medan Lebih baik sesuai harapan masyarakat. Berbagai persoalan di Kota Medan tidak mampu diselesaikan oleh pemimpin terdahulu seperti masalah banjir, jalan yang rusak, sampah dimana-mana, dan lain sebagainya. Ditambah lagi buruknya pelayanan terhadap masyarakat menambah daftar panjang masalah di Kota Medan. Oleh karena itu Kota Medan butuh pemimpin baru.³²⁸

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ustazah Bunda Indah sebagai tokoh berpengaruh di Kota Medan yang telah membina berbagai majelis pengajian jamaah ibu-ibu di Kota Medan. Menurutnya, Sosok pemimpin Kota Medan kedepan harus yang amanah, peduli dengan umat Islam dan dapat berbuat adil. Selama ini pembangunan tidak berpihak kepada rakyat kecil dan masyarakat pinggiran, banyak hak-hak rakyat yang kurang diperhatikan sebagaimana yang tertuang dalam UUD 1945. Pembangunan terkesan hanya berpihak kepada pengusaha dan kelompok kecil elit Kota Medan saja. Hal itulah yang harus dirubah dan perubahan itu harus dimulai dari munculnya wajah-wajah baru untuk memimpin dan menata Kota Medan.³²⁹

Berdasarkan observasi yang dilakukan, penguatan kandidat Walikota dan Wakil Walikota Medan tahun 2015 tidak hanya dilakukan melalui pendekatan langsung berupa kegiatan tatap muka kandidat kepada masyarakat yang melibatkan dai di dalamnya. Namun hal lain yang, terlihat bahwa pendekatan secara tidak langsung juga dilakukan melalui media-media kampanye seperti

³²⁷ Amhar Nasution, wawancara di Medan, tanggal, 20 Desember 2016.

³²⁸ *Ibid.*

³²⁹ Bunda Indah, wawancara di Medan, tanggal, 16 Desember 2016.

baliho, spanduk, stiker dan lain sebagainya. Pada masa kampanye banyak terpajang baliho maupun spanduk yang memuat foto-foto kandidat berdampingan oleh tokoh-tokoh agama (dai) dan tokoh masyarakat di berbagai tempat di Kota Medan. Selain itu, banyak juga spanduk maupun baliho di pasang di depan rumah dai atau sekitarnya, bahkan ada juga dai yang langsung memasang spanduk tersebut di depan rumahnya.

Pada kesempatan yang lain ustaz Bustami Manurung mengungkapkan, bahwa tidak semua masyarakat tertarik atau bersimpati dengan kandidat yang tampil pada pilkada Kota Medan tahun 2015 yang lalu. Hal itu mungkin di sebabkan oleh berbagai alasan. Sehingga, kandidat Walikota itu butuh penguatan dari tokoh-tokoh agama dan tokoh masyarakat yang keberadaan mereka dihormati atau dipatuhi oleh masyarakat sehingga hal itu menjadi daya penarik untuk memengaruhi masyarakat ikut mendukung calon kandidat tertentu meskipun awalnya tidak disukai atau dipercaya untuk memimpin Kota Medan. Menurutnya, penguatan tersebut akan lebih mudah di ketahui masyarakat secara luas jika dilakukan melalui media kampanye berupa baliho, spanduk maupun stiker dan yang lainnya.³³⁰

Lebih lanjut Bustami manurung mengungkapkan:

Tidak semua keluarga besar Jamiah Batak Muslim Indonesia (JBMI) itu mengetahui bahwa JBMI itu mendukung Eldin-Akhyar, karna kesibukan dan waktu yang terbatas tidak mungkin menjangkau seluruh komunitas JBMI di 21 kecamatan. Cara yang kami lakukan adalah dengan membuat spanduk dan stiker dan itu disebar di berbagai komunitas JBMI.³³¹

Dalam hal itu menurut ustaz M. Daud Sagita mengungkapkan:

Kalau Saya tidak sekedar ngomong saja kejamaah untuk pilih yang BENAR. Ya, harus saya tunjukkan. Saya pasang spanduk Eldin-Akhyar waktu itu dipagar depan rumah. Agar masyarakat dan jamaah saya tau bahwa saya mendukung Eldin-Akhyar. Dan saya yakin itu ada manfaatnya, setidaknya bagi orang yang ragu menjadi yakin ketika melihat spanduk itu.³³²

Pernyataan di atas menunjukkan bahwa dai berupaya menjual pengaruh dirinya di tengah jamaah bukan sekedar menyampaikan pesan-pesan politik melalui mimbar-mimbar keagamaan semata, lebih dari itu dai turut menampilkan

³³⁰ Bustami manurung, wawancara di Medan, tanggal 29 Oktober 2016

³³¹ *Ibid.*

³³² M. Daud Sagita, wawancara di Medan, tanggal 5 Januari 2017.

foto mereka berdampingan dengan kandidat, untuk lebih menguatkan keyakinan jamaah untuk memilih kandidat yang didukungnya.

b. Strategi Mengemas Pesan Politik

Strategi mengemas pesan politik merupakan hal yang sangat penting, karena pesan itu adalah inti dari sebuah proses komunikasi. Dalam hal ini pengemasan pesan sangat berperan dalam mengarahkan cara masyarakat untuk memaknai pesan tersebut. Pesan yang diangkat atau disampaikan harus sesuai dengan isu-isu politik yang sedang berkembang dalam masyarakat. idealnya pesan itu harus mampu menjelaskan tentang suatu permasalahan yang sedang dihadapi masyarakat, tidak sekedar wacana semata tetapi juga mengandung cara pemecahannya (solusi). Dalam hal ini seorang kandidat harus mampu membedakan cara mengemas pesan politik tersebut berdasarkan segmen masyarakat, untuk masyarakat awam dan memiliki latar belakang pendidikan yang rendah, pesan politik yang disampaikan harus sesederhana mungkin agar lebih mudah dipahami tanpa menghilangkan esensi dari pesan tersebut. Sedangkan bagi khalayak terpelajar diperlukan kemasan yang berbeda, pesan politik harus menarik dan didukung dengan fakta dan data objektif. Karena khalayak terpelajar cenderung bersikap kritis terhadap isu-isu yang disampaikan seorang kandidat melalui pesan-pesan politiknya.

Membangun pesan politik berarti membangun citra (*image*) politik dan menciptakan opini publik, salah satu pendekatan yang digunakan adalah komunikasi persuasif. Yaitu sebuah cara dimana komunikasi dilakukan dengan cara membujuk, mengajak, menyakinkan, dan memberi pemahaman kepada khalayak yang dituju agar mereka melakukan suatu kegiatan atau tindakan sebagaimana yang diinginkan oleh komunikator. Komunikasi persuasif dalam kehidupan politik, khususnya bagi kandidat maupun tim kampanyenya dalam pilkada merupakan hal yang penting untuk diterapkan karena ia menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan sebuah kampanye politik. Semakin persuasif pesan itu disampaikan maka akan semakin mendorong perhatian masyarakat dan pada akhirnya pesan itu akan mampu menentukan perilaku memilih.

Pada Pilkada Kota Medan 2015 pesan-pesan yang disampaikan kepada umat melalui dai juga tidak terelakkan bernuansa SARA (Suku, Agama dan Ras).

Isu-isu SARA tersebut sering kali dan biasa terjadi di perhelatan pemilihan kepala daerah. Perbedaan suku, perbedaan agama dan ras calon-calon kandidat yang ikut bertarung dalam pentas pemilihan kepala daerah sering digunakan untuk menguatkan citra diri salah satu calon dan menghancurkan citra diri calon lainnya. Meskipun hal tersebut sangat dilarang dalam praktek kampanye dan melanggar aturan dalam undang-undang maupun peraturan pemilihan kepala daerah. Namun hal tersebut sengaja dimainkan dalam agenda-agenda kampanye yang dilakukan baik secara terbuka maupun tertutup dan hal ini dilegitimasi oleh dalil-dalil normatif (agama) dan sosial budaya masyarakat.

Pada pilkada Kota Medan tahun 2015 isu "Pilih yang seakidah" telah menjadi konsumsi dan turut dimainkan oleh para dai pendukung pasangan Eldin-Akhyar. Hal itu dilakukan karena pasangan Ramadhan-Eddie sebagai pesaingnya merupakan pasangan berlatarbelakang agama yang berbeda atau biasa disebut dengan "pasangan pelangi". Sebagaimana diketahui bahwa pasangan Ramadhan Pohan yaitu Eddie Kusuma beragama Non Muslim. Isu ini dianggap sangat strategis untuk menghancurkan citra lawan politik, karena di Pilkada Kota Medan hanya ada dua pasang calon yang berkompetisi dan ini jelas sangat menguntungkan posisi pasangan Eldin-Akhyar di komunitas muslim sebagai penduduk mayoritas di Kota Medan.³³³

Isu "pilih yang seakidah" tersebut dikemas secara terstruktur oleh para dai melalui jaringan dai di Kota Medan, salah satu organisasi dai yang terlibat aktif dalam memainkan isu ini adalah Majelis silaturahmi Ustaz dan Ustazah (MAS-UD) Kota Medan. Organisasi dai ini sengaja dibentuk sebelum pelaksanaan Pilkada Kota Medan tahun 2015, tepatnya bulan Nopember 2012 dan beranggotakan sekitar 1.200 an (seribu dua Ratusan) ustaz dan Ustazah yang pengurus dan anggotanya tersebar di 21 Kecamatan se Kota Medan. Menurut keterangan Ketua MAS-UD Kota Medan Ustaz H. Sangkot Saragih bahwa organisasi ini adalah wadah komunikasi para ustaz dan ustazah di Kota Medan untuk menyatukan visi dan misi gerakan dakwah serta politik dengan tujuan kebaikan umat Islam dan Kota Medan khususnya.

Peran kita jelas, bukan hanya sekedar berdakwah dari mimbar ke mimbar semata, lebih dari itu para ustaz dan ustazah di Kota Medan harus terlibat langsung dalam politik dan pembangunan Kota Medan ini. Dan jangan sampai Kota Medan ini seperti DKI Jakarta yang dipimpin oleh non

³³³ Sangkot Saragih, wawancara di Medan, tanggal 17 Oktober 2016.

muslim. Kepentingan umat nanti bisa dikesampingkan bahkan bisa jadi penghalang bagi dakwah kita. Untuk itu kami Para Ustadaz maupun Ustadzah harus turut menentukan sosok yang tepat memimpin Kota Medan yang mayoritas muslim, dan wajib islam-islam. Calon kita yang Islam-Islam kan cuman Eldin-Akhyar. Maka jadi wajib bagi umat untuk memilih pasangan ini dan ini harus jadi tanggung jawab para ustaz dan ustazah.³³⁴

Organisasi MAS-UD tersebut diakui banyak kalangan termasuk para dai itu sendiri bahwa mereka telah mengemas dan memainkan isu ”pilih yang seakidah” pada saat kampanye yang dilakukan secara tertutup yaitu melalui majelis-majelis pengajian yang di bina oleh ustaz maupun ustazah anggota MAS-UD tersebut. Mereka aktif menyakinkan kepada jamaahnya untuk memilih pemimpin yang seakidah. Bahkan terkadang hal tersebut disampaikan pada mimbar-mimbar jumat di masjid-masjid Kota Medan pada minggu-minggu terakhir menjelang waktu pemungutan suara. Gerakan ini dilakukan disandarkan pada dalil Al Qur’an maupun hadis Nabi Saw yang memerintahkan untuk memilih pemimpin yang seakidah. Hal tersebut sebagaimana dinyatakan dalam Al Qur’an:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا الْيَهُودَ وَالنَّصَارَىٰ أَوْلِيَاءَ ۚ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ ۚ وَمَنْ يَتَوَلَّهُمْ مِنْكُمْ فَإِنَّهُ مِنْهُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengambil orang-orang Yahudi dan Nasrani menjadi pemimpi-pemimpin (mu); sebagian mereka adalah pemimpin bagi sebagian yang lain. Barang siapa diantara kamu mengambil mereka menjadi pemimpin, maka sesungguhnya orang itu termasuk golongan mereka. Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang zalim”.³³⁵

لَا يَتَّخِذِ الْمُؤْمِنُونَ الْكٰفِرِينَ أَوْلِيَاءَ مِنْ دُونِ الْمُؤْمِنِينَ ۗ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ فَلَيْسَ مِنَ اللَّهِ فِي شَيْءٍ ۗ إِلَّا أَنْ تَتَّقُوا مِنْهُمْ تُقَاةً ۗ وَيُجَادِرْكُمْ اللَّهُ نَفْسَهُ ۗ وَإِلَى اللَّهِ الْمَصِيرُ

Janganlah orang-orang mukmin mengambil orang-orang kafir menjadi Wali (Pemimpin, teman setia, pelindung) dengan meninggalkan orang-orang mukmin. Barang siapa berbuat demikian, niscaya lepaslah ia dari pertolongan Allah, kecuali karena (siasat) memelihara diri dari sesuatu

³³⁴ *Ibid.*

³³⁵ Q.S. Al Maidah/5: 51.

yang ditakuti dari mereka. Dan Allah memperingatkan kamu terhadap diri (siksa) Nya, dan hanya kepada Allah kamu kembali”.³³⁶

Dalil Al Qur'an ini menjadi senjata bagi para dai dalam menyampaikan argumen dan dasar hukum yang kuat bagi umat Islam tentang kewajiban memilih pemimpin yang seakidah. Selanjutnya pesan tersebut dikemas sedemikian rupa dengan berbagai retorika dakwah sehingga memiliki daya persuasif untuk memengaruhi, menggiring bahkan memaksa pikiran, opini dan perilaku memilih umat untuk mengikuti petunjuk Al Qur'an tersebut dalam memilih pemimpin nantinya.

Selain isu sentimen agama yang diangkat, muncul juga isu ”pilih pasangan pribumi” dalam pilkada Kota Medan tahun 2015, isu ini jelas mengangkat sentimen etnis. Pasangan Ramadhan Pohan yaitu Eddie Kusuma sebagaimana telah disebutkan di atas merupakan seseorang keturunan etnis Tionghua (Cina). Isu etnis ini mencuat dan menjadi perbincangan hangat di tengah masyarakat khususnya pada moment pemilihan Walikota Medan sejak Sofyan Tan ikut mencalonkan diri menjadi Calon Walikota Medan pada tahun 2010. Pada saat ini ada sembilan pasang calon yang ikut berkompetisi, dari sembilan calon kemudian tereliminasi tujuh calon pada putaran pertama selanjutnya pada putaran kedua tinggal pasangan sofyan Tan - Nelly Armayanti dan Rahudman Harahap - Dzulmi Eldin yang bertarung merebutkan kursi Walikota dan Wakil Walikota Medan untuk periode 2010-2015. Pada saat itulah memuncak isu etnis, karena dianggap sofyan Tan adalah etnis keturunan Tionghua dan non muslim. Isu tersebut telah berhasil menggiring opini dan perilaku memilih masyarakat yang mayoritas muslim di Kota Medan dan pada akhirnya terpilihlah pasangan Rahudman Harahap-Dzulmi Eldin pada putaran kedua.

Isu etnis yang menerpa pasangan Ramadhan Pohan – Eddie Kusuma pada pilkada Medan 2015 dikarenakan Eddie Kusuma diketahui berasal dari etnis Tionghoa (Cina) dan beragama non muslim. Sentimen terhadap etnis Tionghoa di Kota Medan sering terjadi di tengah masyarakat dikarenakan faktor kesenjangan ekonomi, karena secara ekonomi etnis Tionghua lebih baik tarap ekonominya dari masyarakat pribumi. Secara sosial etnis Tionghua dan etnis Pribumi di Kota Medan minim sekali melakukan kontak sosial secara langsung, interaksi antara

³³⁶ Q.S. Ali Imron/3: 28.

keduanya tampak ada sekat-sekat yang membatasi, sehingga tidak terjadi hubungan sosial yang baik antara satu dengan lainnya. Pada sisi yang lain sebagaimana diungkapkan Ustaz Sangkot Saragih bahwa ada kekhawatiran yang muncul dikalangan masyarakat dan khususnya dai, jika nantinya Kota Medan di Pimpin oleh etnis Tionghoa (Cina) sebagaimana yang terjadi di DKI Jakarta. Mungkin akan terjadi banyak perubahan maupun kebijakan yang dilakukan merugikan masyarakat dan umat Islam di Kota Medan.

Hal senada diungkap oleh ustaz Muhammad Iqbal bahwa Ramadhan Pohan sebagai calon walikota adalah barang impor dari Jakarta, sehingga muncul juga isu pilih putra daerah. Walaupun isu ini tidak menjadi isu prioritas bagi dai yang mendukung pasangan Calon Eldin–Akhyar, namun hal ini juga sering menjadi perbincangan pada beberapa agenda pertemuan di pengajian-pengajian dan mimbar-mimbar dakwah. Sehingga isu ”pilih calon yang mengerti Medan” pesan ini disampaikan kepada masyarakat untuk memberikan keyakinan bahwa Permasalahan yang terjadi di Kota Medan hanya diketahui dan dipahami oleh orang Medan sendiri sehingga yang dapat menyelesaikan masalah tersebut adalah orang Medan sendiri.³³⁷

Ustaz Muhammad Iqbal juga menambahkan, bahwa masyarakat harus memilih pemimpin yang sudah berbuat dan memiliki pengalaman. Dalam banyak kesempatan di majelis pengajian atau perwiridan jamaah ibu-ibu menekankan bahwa pembangunan akan berjalan dengan baik jika terus dilanjutkan oleh mereka yang memahami, berpengalaman dan sudah berbuat di tengah masyarakat. Sehingga keinginan untuk memilih yang baru itu sama dengan menyerahkan pekerjaan kepada yang bukan ahlinya dan hal tersebut tentunya akan banyak menimbulkan mudharat di tengah masyarakat.³³⁸

Ketiga isu itu dikemas dalam pesan “PILIH BENAR”, artinya adalah Pilih Bang Eldin-Akhyar”. Pesan ini kemudian menjadi slogan kampanye yang digunakan oleh tim kampanye maupun para relawan pemenang Eldin-Akhyar pada kampanye-kampanye terbuka maupun tertutup. Sesuai dengan ungkapan Ustaz Tambunan bahwa Slogan “BENAR” itu sederhana, mudah diingat, mudah dipahami dan bermakna religius sebagaimana karakteristik pasangan Eldin-

³³⁷ Muhammad Iqbal, wawancara di Medan, tanggal, 7 Desember 2016.

³³⁸ *Ibid.*

Akhyar. Slogan tersebut juga mudah disampaikan ketika khutbah-khutbah salat Jumat yang dikemas dengan baik sehingga tidak dianggap sebagai pelanggaran kampanye.³³⁹

Ketiga isu yang muncul pada Pilkada Medan tahun 2015 yang berkaitan dengan isu Agama, isu Etnis dan isu Putra daerah dikemas dalam sedemikian rupa dalam bentuk pesan politik tentunya hal itu sangat merugikan citra politik pasangan Ramadhan Pohan – Eddie Kusuma. Menurut analisa peneliti bahwa dai telah dengan sengaja menggunakan pendekatan atau strategi *Emotional appeal*, yaitu sebuah metode penyusunan pesan dengan berusaha menggugah emosi khalayak, yang diwujudkan melalui sentimen-sentimen agama, etnis, kesenjangan sosial, ketidakadilan, diskriminasi, dan lain sebagainya. Sehingga dalam hal ini terbukti bahwa dai telah melakukan upaya membangkitkan sentimen emosi masyarakat dan umat untuk kepentingan politik kandidat, dalam hal ini adalah pasangan Eldin-Akhyar.

Ungkapan senada juga disampaikan oleh ustaz Muhammad M. Daud Sagita, bahwa menurutnya pembangunan yang baik itu harus dilanjutkan dan diserahkan kepada yang ahli dan sudah berpengalaman jika nantinya orang baru yang melakukan maka dia tidak memahami berbagai persoalan yang sedang dihadapi dan belum selesai dikerjakan. Maka hal ini penting untuk tetap memberikan kesempatan kepada pemimpin sebelumnya yang sudah berbuat dan hasilnya juga sudah dirasakan meskipun belum memuaskan semua komponen masyarakat Kota Medan. Dan dalam hal ini masyarakat harus disadarkan untuk memahami politik secara utuh tidak sekedar menilai sisi sisi negatif dari hasil pembangunan yang dilaksanakan selama ini. Lebih lanjut beliau mengungkapkan:

Saya bilang kejamaah, agar tidak salah memilih, pilihlah yang benar. Benar aqidahnya, benar perilakunya, benar ucapannya. Jika suami kita masih setia dan baik, ya jangan coba-coba cari lagi suami baru. Jikapun suami kita belum mampu member kepuasan, sekali lagi jangan coba-coba mencari yang baru. Pak Eldin itu bukan orang yang sempurna, masih banyak kekuarangan beliau dalam membangun Kota Medan. Namun kita harus sadar bahwa pembangunan itu harus bertahap dan tidak mungkin selesai dalam waktu yang singkat. Dan PR yang belum selesai itu harus diuserahkan oleh yang memahami dan sudah berpengalaman. Saya yakin kedepan Pak Eldin itu akan membawa perubahan lebih baik untuk medan.³⁴⁰

³³⁹ Damri Tambunan, wawancara di Medan, tanggal 21 Oktober 2016

³⁴⁰ M. Daud Sagita, wawancara di Medan, tanggal 10 Agustus 2017

Sementara, dai yang mendukung pasangan Ramadhan Pohan-Eddie Kusuma (REDI) mengajak kepada umat Islam agar tidak terpengaruh dengan isu-isu SARA (Suku, Agama dan Ras) yang berkembang di tengah masyarakat menjelang pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Medan. Menurut ustaz Sobirin bahwa isu SARA menjadi senjata untuk menghancurkan citra kandidat REDI di mata umat Islam khususnya, dan hal tersebut dilakukan secara masif oleh dai-dai pendukung Eldin-Akhyar di tengah umat melalui kegiatan-kegiatan keagamaan. Di akunya bahwa Ramadhan Pohan bukan putra asli kelahiran Kota Medan dan kiprah politiknya selama ini lebih banyak di Jakarta, sementara Eddie Kusuma beragama non muslim dan putra keturan etnis Tionghua (Cina). Namun keduanya memiliki komitmen yang jelas untuk membangun Kota Medan yang lebih baik, beradab dan berkeadilan.³⁴¹

Ustaz Sobirin menambahkan:

Ramadhan Pohan itu kan Islam, memang wakilnya non muslim. Menurut kami itu tidak bertentangan dengan Al Qur'an maupun hadis, ditambah lagi bahwa kita harus menghargai NKRI yang berbeda namun tetap bersaudara. karena esensi pemimpin itu kan pada Walikotanya sedangkan wakilnya hanya membantu dan kebijakan itu ada pada Ramadhan Pohan. Pada sisi lain kita juga ingin mewujudkan dakwah *rahmatan lil alamain* bahwa kita ingin memberi contoh bahwa Islam itu mampu bekerjasama dengan yang lain dalam hal membangun masyarakat. Ini yang penting diperhatikan, mayoritas ustaz mendukung Eldin-Akhyar, bagaimana kalau kemaren yang menang itu Ramadhan Pohan dan Eddie Kusuma dan tidak ada ustaz yang berada disekitarnya, terus siapa nanti yang bisa memperjuangkan kepentingan umat di Kota Medan.³⁴²

Menurut ustaz Amhar Nasution menyebutkan bahwa masyarakat Kota Medan sudah cerdas dan dewasa dalam berpolitik isu-isu SARA yang berkembang pada masa kampanye walikota yang lalu itu sesungguhnya tidak berpengaruh signifikan terhadap pilihan masyarakat dan bahkan umat Islam sekalipun. Bagi masyarakat yang utama adalah perubahan Kota Medan menjadi lebih baik, karena selama ini pembangunan Kota Medan jauh dari yang diharapkan oleh masyarakat luas. Berbagai masalah yang dirasakan dan dihadapi masyarakat ternyata walikota tidak mampu mengatasinya seperti banjir, sampah, jalan-jalan yang rusak, pelayanan sosial yang buruk dan lain sebagainya. Sehingga Kota Medan butuh pemimpin baru yang amanah, energik dan punya visi serta

³⁴¹ Sobirin, wawancara di Medan, tanggal 20 Januari 2019.

³⁴² *Ibid.*

misi yang jelas dalam membangun Kota Medan. Hal inilah yang penting untuk disampaikan dan diketahui masyarakat secara luas.³⁴³

Menurut Ustaz Amhar Nasution, Ramdhan Pohan itu pernah menjadi Anggota DPR RI di Jakarta dan sosoknya dekat dengan pemerintah pusat serta kemampuannya memimpin juga sudah terbukti. Sementara, pembangunan Kota Medan itu masih harus didukung oleh bantuan dana-dana dari pusat, sehingga itu sangat tepat jika Medan dipimpin oleh Ramdhan Pohan. Sementara sosok Eddie Kusuma adalah tokoh pendidikan, dia telah bergelar Doktor dan hubungannya dengan kalangan pengusaha juga sangat baik. Oleh karena itu sesungguhnya keduanya akan saling melengkapi dan mendukung pembangunan Kota Medan. Sementara yang lebih penting lagi bahwa Kota Medan butuh pemimpin yang bersih, bebas dari kasus dan masalah korupsi. Kita tidak ingin nantinya kasus lama terulang kembali di Kota Medan, sebagai masyarakat tentunya hal itu adalah aib. Oleh karena itu, kita berupaya menyadarkan masyarakat untuk berpikir rasional dan kritis sehingga tidak salah lagi memilih pemimpin.³⁴⁴

Ustaz Amhar Nasution juga mengungkapkan dalam banyak pertemuan di acara-acara keagamaan bersama umat Islam, dia menekankan bahwa sosok Ramdhan Pohan itu calon pemimpin yang memiliki komitmen yang jelas dalam membangun Kota Medan. Karena Ramdhan Pohan dan Eddie Kusuma menyatakan bahwa mereka siap untuk mundur dari jabatannya jika tiga tahun memimpin Kota Medan tidak terjadi perubahan yang signifikan di tengah-tengah masyarakat. Menurut ustaz Amhar ini bukti bahwa mereka adalah sosok pemimpin yang memegang teguh amanah dari rakyat. Komitmen lainnya yang juga penting adalah bahwa kedua berkomitmen untuk menertibkan praktek-praktek prostitusi yang marak terjadi di Kota Medan, karena praktek prostitusi tersebut sudah tumbuh subur di tengah masyarakat dan terkesan dibiarkan oleh pemerintah Kota.³⁴⁵

c. Strategi Milih Media Pencitraan Politik

Strategi penyampaian pesan politik kepada masyarakat merupakan hal penting terutama pada masa pemilihan umum. Pesan yang akan disampaikan

³⁴³ Amhar Nasution, wawancara di Medan, tanggal 14 Desember 2016.

³⁴⁴ *Ibid.*

³⁴⁵ *Ibid.*

tersebut harus didukung oleh media atau saluran yang tepat sehingga pesan yang dimaksud akan sampai dan memiliki daya persuasi untuk memengaruhi dan merubah opini dan perilaku pemilih sesuai dengan tujuan politik yang diharapkan. Demikian halnya dalam Pilkada Kota Medan tahun 2015 banyak aktor-aktor yang terlibat dalam menyampaikan pesan-pesan politik, termasuk para dai yang terlibat langsung maupun tidak langsung ikut berperan dalam kampanye calon kandidat Walikota Medan tahun 2015. Keterlibatan dai dalam Pilkada Kota Medan telah memainkan perannya sendiri karena mereka miliki media saluran tersendiri dalam menyampaikan pesan-pesan politik tertentu.

1. Kampanye Tersembunyi

Partisipasi dai dalam wilayah politik praktis juga dibuktikan dengan adanya agenda kampanye yang mereka lakukan. Menurut penjelasan Ustaz Sangkot saragih bahwa kampanye yang dilakukan dai salah satunya adalah kampanye tersembunyi. Kampanye tersembunyi ini tentu berbeda dengan kampanye terbuka sementara tujuannya sama yaitu untuk memberikan mendukung kepada kandidat tertentu dan memengaruhi masyarakat untuk memilih kandidat tersebut. Kegiatan kampanye tersembunyi yang dilakukan dai ini secara terbatas pada wilayah yang menjadi jangkauan dai. Beberapa wilayah kampanye tersembunyi tersebut yaitu di komunitas dai, lingkungan keluarga, lingkungan kerja dan lingkungan jamaah majelis pengajian.

Menurut penjelasan Ustaz Sangkot Saragih bahwa kampanye tersembunyi yang dilakukan di komunitas dai merupakan upaya untuk mengajak dai terlibat sebagai bagian dari tim sukses kandidat tertentu. Upaya ini merupakan strategi kampanye yang paling penting dan utama untuk dilakukan, dengan alasan bahwa dai adalah tokoh agama dan tokoh masyarakat yang dihormati, disegani dan bahkan diikuti ucapan maupun fatwanya oleh umat maupun masyarakat. Selain pengaruhnya, dai juga pasti memiliki jamaah atau pengikut yang setia itu, jika dai sudah dapat ditaklukkan maka secara otomatis jamaahnya juga akan ikut, sehingga kerja-kerja berikutnya menjadi lebih mudah untuk memengaruhi pilihan masyarakat atau umat Islam khususnya untuk memilih kandidat tertentu. Selanjutnya Ustaz Sangkot Saragih mengungkapkan bahwa:

...Yang pertama kali saya lakukan adalah safari *door to door* kerumah ustaz-ustaz, kemudian saya undang beberapa ustaz di satu kelurahan untuk bersilaturahmi, dalam pertemuan itulah saya sampaikan hal-hal yang menjadi persoalan kekinian termasuk tentang tantangan dakwah di Kota Medan, nasib para ustadaz yang kurang mendapat perhatian, selanjutnya

baru bicara soal pilkada. Ya, Alhamdulillah para ustaz nampaknya punya pemikiran yang sama dengan saya. Kemudian inilah yang dilanjutkan dengan pertemuan besar dalam bentuk silaturahmi ustaz dan ustazah se Kota Medan dan sekitar 1200 ustaz hadir pada acara tersebut.³⁴⁶

Hal yang sama juga disampaikan oleh Ustaz Bustami Manurung, bahwa kekuatan umat itu sesungguhnya ada pada dai-dainya jika dai mampu mengkoordinir umat maka banyak hal yang dapat dibuat untuk kepentingan umat secara luas. Upaya pertama yang harus dilakukan adalah menyatukan dai, kemudian memberikan muatan-muatan politik bagi dai sehingga dai akan memahami relasi dakwah dengan politik. Termasuk dalam hal ini adalah menyatukan potensi dai untuk memenangkan kandidat yang sesuai ruh dakwah dan kepentingan umat kedepan. Untuk itu dai adalah tokoh yang pertama kali harus diajak untuk terlibat dan dilibatkan dalam proses politik pilkada Kota Medan, dengan keterlibatannya nanti maka hal itu adalah pintu masuk untuk menyentuh dan menyakinkan umat untuk memilih kandidat yang berpihak kepada umat.³⁴⁷

Ungkapan di atas di benarkan oleh Ustaz Arman Samara yang ikut serta diundang oleh tokoh dai terkenal di Kota Medan untuk mendiskusikan persoalan dakwah dan umat Islam di Kota Medan. Dalam pertemuan itu diundang beberapa dai yang aktif melakukan kegiatan dakwah di Kota Medan. Berbagai hal disampaikan, termasuk tentang pilkada Kota Medan, membangun kekuatan dai di Kota Medan, tantangan dakwah yang akan dihadapi kedepan dan akhirnya mengajak para dai untuk terlibat aktif memenangkan kandidat tertentu. Akhirnya pertemuan itu menghasilkan kesepakatan bersama untuk memenangkan kandidat tertentu. Selanjutnya, mereka diamanahkan untuk mengembangkan sayap dan menjaring dai lainnya di daerah masing-masing untuk mengajak dan meyakinkan dai lainnya terlibat dalam tim pemenangan kandidat tertentu.³⁴⁸

Kampanye tersembunyi juga banyak dilakukan dai di lingkungan keluarga, menurut Ustaz Damri Tambunan, penekanan kampanye juga dilakukan pada wilayah kecil dai yaitu lingkungan keluarga sebab kampanye pada wilayah ini dai umumnya memiliki peran tersendiri yang cukup mudah karena kampanye ini hampir tidak ada penolakan yang berarti dari keluarga, hal ini disebabkan karena

³⁴⁶ Sangkot Saragih, wawancara di Medan, tanggal 12 Nopember 2016.

³⁴⁷ Bustami Manurung, wawancara di Medan, tanggal 20 Nopember 2016.

³⁴⁸ Arman Samara, Pegawai Kantor Urusan Agama (KUA) Kec. Medan Tembung, Wawancara di Medan, tanggal 21 Desember 2016.

di lingkungan keluarga dai merupakan pimpinan keluarga yang cenderung dihormati, dan dipatuhi ucapannya oleh anggota keluarga dan apa yang disampaikan itu diyakini sebagai sebuah kebenaran yang harus diikuti. Pentingnya kampanye melalui lingkungan keluarga, ditegaskan oleh Ustaz Damri Tambunan sebagai berikut:

... ini contoh kecil, Jika satu ustaz memiliki seorang istri dan dua orang anak yang sudah memiliki hak pilih itu berarti ada empat suara pasti yang bisa disumbangkan ke calon kita. Nah, jika ada seribu ustaz yang melakukannya sudah dipastikan ada suara kita empat ribu suara pasti belum lagi ditambah orang tua, mertua, kemudian abang, kakak, atau adek dan keluarga lainnya. Tentunya jumlah ini sangat signifikan dan tidak boleh dianggap remeh, belum lagi jika ustaz tersebut masuk ke lingkungan pengajian.....³⁴⁹

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ustaz Saladin DP, kampanye dalam lingkungan keluarga ini tidak hanya terbatas dalam lingkungan kecil keluarga saja, tetapi juga mencakup lingkungan keluarga yang lebih luas mencakup tetangga dan keluarga lainnya dalam makna yang lebih luas. Kampanye di lingkungan keluarga ini menurut Ustaz Saladin dapat disebut sukses karena umumnya keluarga lebih mempercayakan pilihan kepada dai tentu saja lebih mudah dilakukan, sebab hal ini berkaitan dengan posisi dai itu sendiri dalam keluarga yang selalu dijadikan referensi pandangannya dalam segala hal. Untuk itu, kampanye dalam keluarga dapat berjalan secara baik tanpa ada tantangan yang berarti karena keluarga menjadi lahan yang memberi ruang pada dai untuk memperkuat masa dalam mendukung calon kepala daerah tertentu.

Kampanye tersembunyi lainnya menurut Ustaz Damri Tambunan adalah kampanye yang dilakukan dalam lingkungan kerja, sebagaimana yang dikemukakan sebelumnya bahwa dai ini selain keterlibatan dalam kegiatan dakwah juga memiliki kegiatan lainnya yang menjadi profesi utama mereka. Seperti dosen, guru, karyawan swasta dan sebagainya. Kampanye pada wilayah ini biasanya dilakukan dalam bentuk dialog langsung dengan sesama rekan kerja, dalam dialog tersebut dai menyampaikan pesan-pesan politik yang mengarah pada mendukung salah satu kandidat. Diakuinya, bahwa kampanye pada lingkungan kerja tidak sama halnya dengan kampanye yang dilakukan di lingkungan keluarga, sebab kampanye pada wilayah ini tidak selalu berjalan secara baik karena di

³⁴⁹ Damri Tambunan, wawancara di Medan, tanggal 20 Nopember 2016.

lingkungan kerja para rekan kerja juga memiliki pandangan politik tersendiri yang terkadang berbeda. Karena perbedaan itu, kampanye yang dilakukan dai terkadang kurang mendapatkan dukungan, dan malah mendapat tantangan dari sesama rekan kerja.

Kami mendorong dai juga melakukan kampanye di lingkungan kerja masing-masing, contohnya saya sebagai guru maka upaya saya bagaimana rekan-rekan guru dan pegawai di sekolah itu bisa saya pengaruhi dan arahkan pilihan politiknya. Namun terkadang ada juga rekan kerja yang menolak, karena dia sudah ada pilihan.³⁵⁰

Hal yang sama juga disampaikan oleh Ustaz Arman Samara bahwa ia telah melakukan kegiatan kampanye tersembunyi di lingkungan kerjanya. Sebagai seorang pegawai di Kantor Urusan Agama (KUA) Medan Tembung. Kegiatan kampanye yang dilakukannya tidak difokuskan dalam bentuk dialog terbuka dengan sesama rekan kerja, meskipun sesekali hal itu terjadi. Bentuk kampanye yang dilakukannya yaitu berupa membagikan brosur-brosur salah satu kandidat, selain itu dia juga memberi pin tanda dari kandidat tertentu, hal itu dia lakukan secara sembunyi-sembunyi karena dikhawatirkan kegiatan tersebut mendapat penolakan dari pimpinan di lingkungan kerjanya. Dengan hal itu, setidaknya dia ingin menyampaikan kepada rekan kerjanya bahwa dirinya pada posisi mendukung kandidat walikota tertentu.³⁵¹

Kampanye tersembunyi lainnya yang juga dilakukan dai yaitu pada wilayah pengajian rutin maupun kegiatan keagamaan yang dilakukan umat Islam. Menurut Ustaz Sangkot Saragih kegiatan pengajian rutin yang biasa dilakukan kaum ibu-ibu atau kaum bapak-bapak di Kota Medan yang biasa mereka lakukan setiap minggunya baik itu di rumah maupun di masjid atau mushola merupakan salah ladang subur untuk melakukan kampanye. Posisi dai di tengah mereka adalah sosok yang dihormati, terlebih lagi jika dai tersebut adalah “dai tetap”³⁵² di pengajian tersebut. Bagi dai yang memiliki pengajian tetap tentu telah terbangun

³⁵⁰ *Ibid.*

³⁵¹ Arman Samara, wawancara di Medan, tanggal 21 Desember 2016.

³⁵² Dai tetap ini maksudnya adalah dai yang secara kontinue hadir setiap pertemuan pengajian untuk memberikan ceramah maupun bimbingan spritual/rohani kepada jamaah pengajian di suatu daerah. Kehadiran dai ini bisa sekali dalam satu minggu, atau dua kali dalam satu bulan atau sebulan sekali hal itu tergantung oleh pengurus pengajian. Dan dai tetap ini biasanya ditentukan oleh pengurus pengajian yang dianggap mereka memiliki kopentensi ilmu agama yang baik, atau dai yang sudah terkenal di Kota Medan. Selain dai tetap ada juga dai tidak tetap, dai tidak tetap ini biasanya dai yang hadir untuk mengisi pengajian berdasarkan undangan yang diberikan oleh pengurus pengajian. Undangan yang disampaikan biasanya secara lisan atau via telepon.

hubungan yang sangat baik antara dirinya dan jamaahnya, sehingga apa yang disampaikan dai itu biasanya akan dipatuhi dan menjadi pegangan hidup dalam mensikapi persoalan-persoalan kehidupan. Pada posisi yang demikian itulah kampanye untuk kandidat tertentu yang dilakukan itu menjadi mudah dan hampir tidak menimbulkan hambatan yang berarti.³⁵³

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ustaz M. Daud Sagita bahwa menurutnya umat Islam di Kota Medan ini mudah ditemui ketika mereka mengikuti kegiatan pengajian rutin yang dilaksanakan setiap minggunya di berbagai kelurahan atau lingkungan dan jumlahnya sangat banyak di Kota Medan. Pengajian yang mereka lakukan biasanya dilakukan di rumah, Masjid atau musalla dan pada kegiatan tersebut biasanya mereka mengundang dai sebagai penceramah agama, dan ada juga dai yang sudah terjadwal mengisi acara tersebut. Dan pada kesempatan itulah saya menyisipkan pesan-pesan politik untuk mendukung salah satu kandidat di sela-sela ceramah yang saya sampaikan kepada jamaah. Namun hal itu tidak saya lakukan kegiatan pengajian itu dilaksanakan di masjid atau mushola. Dalam hal ini Ustaz M. Daud Sagita menambahkan:

...Dalam mengkampanyekan calon Walikota yang kemaren itu, lebih mudah saya lakukan ketika kegiatan pengajian khususnya ibu-ibu yang dilaksanakan dirumah rumah itu lebih aman karena posisinya tertutup dari pantauan, namun jika pengajian itu dilakukan di masjid atau mushola maka saya ngak beranilah menyinggung masalah politik secara terbuka.³⁵⁴

2. Kampanye Terbuka

Kampanye terbuka juga dilakukan dai dalam upaya memenangkan kandidat tertentu yang mereka dukung. Kampanye terbuka tentunya berbeda dengan kampanye tersembunyi, kegiatan kampanye terbuka merupakan kegiatan pencitraan kandidat tertentu yang dilakukan secara terbuka di tengah masyarakat secara luas dengan menghadirkan massa dalam jumlah yang besar dan biasanya acara tersebut dihadiri oleh kandidat tertentu. Kampanye terbuka yang dilakukan oleh dai adalah kegiatan bernuansa keagamaan seperti tablig akbar maupun zikir akbar. Kedua kegiatan menurut Ustaz Muhammad Iqbal merupakan andalan program yang dilakukan dai untuk menggalang dukungan umat Islam kepada kandidat tertentu.³⁵⁵

³⁵³ Sangkot Saragih, wawancara di Medan, tanggal 15 Nopember 2016.

³⁵⁴ M. Daud Sagita, wawancara di Medan, tanggal 25 Oktober 2016.

³⁵⁵ Muhammad Iqbal, wawancara di Medan, tanggal 7 Desember 2016.

Kampanye terbuka yang menarik dikemukakan di sini menurut Ustaz Muhammad Iqbal adalah pada pelaksanaan kegiatan *tabligh akbar* yang dikoordinatori oleh dai dan telah berhasil mengumpulkan massa dalam jumlah besar dari kalangan organisasi keagamaan maupun majelis pengajian yang tersebar di berbagai kelurahan di Kota Medan untuk mendukung calon kandidat tertentu. Kegiatan tersebut sebagai upaya dai untuk menunjukkan kepada kandidat bahwa ia mampu menghadirkan massa khususnya umat Islam dalam jumlah besar dan pada sisi yang lain kegiatan itu adalah upaya dai untuk mengkampanyekan kandidat tertentu serta memengaruhi pilihan massa yang hadir pada acara tersebut. Meski demikian, diakui bahwa acara yang dibuat tersebut secara politik belum dapat dipastikan semua komponen yang terlibat pada momen kegiatan tersebut nantinya akan mendukung dan memilih calon kandidat yang di dukung dai tersebut pada hari pelaksanaan pemilihan.³⁵⁶

Lebih lanjut, Ustaz Muhammad Iqbal menjelaskan bahwa untuk melaksanakan acara *tablig akbar* tentunya butuh persiapan yang baik, mulai dari pemilihan tempat acara, waktu pelaksanaan dan jumlah massa yang akan dihadirkan pada acara tersebut. Kesuksesan sebuah acara *tablig akbar* itu diukur oleh jumlah massa yang hadir, semakin banyak massa yang hadir maka dai dianggap berhasil memobilisasi massa umat Islam dan sebaliknya. Dan jumlah massa yang hadir tersebut menjadi ukuran bagi kandidat untuk hadir atau tidak pada acara tersebut. Selanjutnya, untuk memastikan massa yang akan hadir tersebut, maka dibutuhkan komunikasi yang baik dengan berbagai organisasi keagamaan seperti majelis pengajian, khususnya majelis pengajian ibu-ibu dan majelis pengajian ibu-ibu yang selalu menjadi target bagi dai untuk memobilisasi mereka hadir pada kegiatan Tabligh Akbar tersebut. Dan untuk memastikan kehadiran mereka maka segala kebutuhan mereka untuk hadir harus dipersiapkan seperti transportasi, konsumsi, uang saku atau cendramata yang akan diberikan kepada jamaah tersebut.³⁵⁷

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ustaz M. Daud Sagita bahwa dimasa kampanye pemilihan Walikota Medan tahun 2015 sering sekali dilaksanakan kegiatan *tabligh akbar* yang mayoritas melibatkan ibu-ibu pengajian

³⁵⁶ *Ibid.*

³⁵⁷ *Ibid.*

(perwiridan) di Kota Medan. Dalam catatannya ada tiga kali dirinya diundang untuk mengisi tausiah pada acara *tabligh akbar* tersebut dan posisinya sebagai pendamping salah satu kandidat walikota maupun wakil walikota, kehadiran kandidat tersebut tidak selalu tampil untuk berpidato menyampaikan visi dan misi membangun Kota Medan. Pada kesempatan itu Ustaz M. Daud Sagita diminta untuk membangun citra positif kandidat dimata jamaah dan menyakinkan jamaah yang hadir untuk mendukung dan memilih kandidat tersebut di sela-sela tausiyah yang disampaikannya.³⁵⁸

Berdasarkan penelusuran peneliti di berbagai media massa cetak maupun *online* ditemukan berbagai kegiatan yang dilaksanakan dalam bentuk kampanye terbuka yang dibungkus dengan kegiatan keagamaan seperti *Tablig Akbar*, Zikir dan Shalawat marak diikuti oleh kandidat, baik itu pasangan Edin-Akhyar (BENAR) maupun Ramdhan-Edi (REDI).

Sebagaimana diberikan oleh Harian Waspada pada tanggal 3 Desember 2015 bahwa Calon Walikota Dzulmi Eldin- menghadiri acara *tabligh akbar & zikir dan doa* yang diikuti oleh ribuan jamaah pengajian (perwiridan) ibu-ibu se Kota Medan di Masjid Agung Medan. Dalam acara tersebut hadir Ustaz Ahmad Al Habsyi untuk memberikan tausiyah, dan dalam tausiyahnya beliau menyebutkan bahwa umat Islam dalam kehidupan dihadapkan pada dua pilihan, yang satu BENAR dan yang satunya lagi SALAH, yang hahal juga yang haram. Jika Kita diminta memilih, maka pilihlah yang BENAR. Demikian juga dalam memilih pemimpin maka pilihlah pemimpin yang BENAR dan pemimpin yang mencintai rakyat.³⁵⁹

³⁵⁸ M. Daud Sagita, wawancara di Medan, tanggal 12 Desember 2016.

³⁵⁹ Berita Harian Waspada Medan pada tanggal 3 Desember 2015 dikutip pada tanggal 1 Desember 2016.

untuk tidak terjebak dengan *black campaign* dan isu SARA yang dialamatkan kepada pasangan REDI, terlebih lagi jangan terpengaruh dengan pemberian sembako dan uang dari pihak tertentu. Ustaz Imam Suroso menekankan bahwa Kota Medan butuh pemimpin baru yang enerjik, takut kepada Allah dan cinta pada rakyat. Sosok Ramadhan Pohan pemimpin yang akan membawa perubahan untuk Kota Medan Lebih Baik. Jalan salah Coblos, “Coblos Sorban Ramadhan”.³⁶⁰

Gambar 6. Berita Harian Waspada Medan, tanggal 31 Oktober 2015.
Acara Tabligh Akbar, Zikir dan Sholawat Pasangan REDI.



Selain kegiatan kampanye yang dilakukan dai secara tersembunyi dan terbuka upaya lain yang dilakukan dai sebagai bagian dari membangun pencitraan kandidat di tengah masyarakat Kota Medan yaitu melakukan kampanye melalui media sosial. Menurut penjelasan Ustaz Damri Tambunan bahwa upaya untuk mengkampanyekan kandidat Walikota juga dilakukan melalui jejaring sosial seperti *WhatsApp*, *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram*. Hal ini dilakukan didasarkan pada fenomena kekinian bahwa masyarakat Kota Medan saat ini sangat kegandrungan dan ketergantungan menggunakan jejering sosial tersebut. Penggunaan jejering sosial tersebut telah banyak digunakan sebagai sarana eksistensi diri, hiburan, membagi informasi dan sebagainya. Kondisi tersebut memberi ruang yang luas untuk menyebarkan pesan-pesan politik. Lebih lanjut Ustaz Damri Tambunan mengungkap bahwa untuk menyampaikan informasi yang

³⁶⁰ Berita Harian Waspada Medan pada tanggal 31 Oktober 2015 dikutip pada tanggal 1 Desember 2016.

berhubungan dengan kegiatan MAS-UD Kota Medan selama pilkada maka hal itu dilakukan melalui media *WhatsApp*.

Saya menghimbau kepada seluruh pengurus dan anggota MAS-UD Kota Medan yang memiliki HP Android untuk menginstal WA (*WhatsApp*), dan yang sudah ada saya masukkan ke group WA MAS-UD, yang tujuannya untuk berbagi informasi dan saling berkomunikasi sesama ustaz MAS-UD. Contohnya, ada kegiatan kampanye pak Eldin di Medan Belawan, kita sampaikan kepada pengurus MAS-UD disana untuk bisa hadir dan mendampingi pak Eldin.³⁶¹

Lebih lanjut ustaz Damri Tambunan mengungkapkan bahwa Selain menggunakan media *WhatsApp* sebagai sarana kampanye, dirinya juga menggunakan media Facebook. Penggunaan media *Facebook* sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat milenial sekarang, pengguna facebook dari mulai anak-anak, para remaja sampai orang tua, guru, dosen, pengusaha, pegawai, pejabat, artis, politisi dan kelompok masyarakat lainnya telah banyak yang berhubungan dengan *facebook*. *Facebook* dimanfaatkan untuk menunjukkan eksistensi diri, kegiatan-kegiatan pribadi maupun kelompok, bisnis, dan lain sebagainya. Hal tersebut jelas berbeda dengan media *WhatsApp* menurutnya hanya digunakan untuk kalangan terbatas yaitu pada komunikasi pribadi dan kelompok saja, sementara media *Facebook* itu bisa diakses banyak orang termasuk jamaah pengajian (perwiridan) ibu-ibu yang dibawah binaannya. Dengan orang melihat aktivitas saya di Facebook tersebut setidaknya itu memberikan gambaran tentang posisi diri saya di pilkada Kota Medan.³⁶²

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti di masa kampanye pilkada Kota Medan terungkap bahwa banyak dai yang menggunakan media sosial untuk kepentingan kampanye kandidat tertentu. Salah satu media yang digunakan disini adalah media *Facebook*. Salah satu dai yang menggunakan media tersebut adalah Ustaz Damri Tambunan. Pada tanggal 2 Agustus 2015 di *accout facebook* pribadinya “Damri Tambunan”, bahwa Ustaz Damri Tambunan memposting kegiatannya bersama Dzulmi Eldin Calon Walikota Medan pada waktu itu dirinya memberikan tausiyah pada acara Halal bi Halal BPPI (Badan Pengelola Perkuburan Islam) di Kecamatan Medan Helvetia. Selanjutnya, pada tanggal 4 September 2015 Ustaz Damri Tambunan juga memposting sebuah kegiatan Pengukuhan Pengurus Majelis Silaturahmi Ustaz dan Ustazah (MAS-UD) Komisariat III di Masjid Al Ikhlas Medan Helvetia, dalam kegiatan itu hadir bersama mereka Dzulmi Eldin Calon Walikota Medan tahun 2015.

³⁶¹ Damri Tambunan, wawancara di Medan, tanggal 27 Nopember 2016.

³⁶² *Ibid.*

Gambar 7. Facebook Ustaz Damri T. tanggal 2 Agustus 2015.



Gambar 8. Facebook Ustaz Damri T. tanggal 2 Agustus 2015.



Kemudian pada tanggal 19 September 2015 Ustaz Damri Tambunan melalui Account Facebook pribadinya memuat foto makam malam bersama Dzulmi Eldin. Dan pada tanggal 20 September 2015, Ustaz Damri Tambunan juga menulis di *account Facebook* pribadinya “Salah Satu Tugas Ulama adalah: Mengajak Ummat Kejalan yang BENAR”.

Gambar 9. Facebook Damri Tambunan, tanggal 19 September 2015.



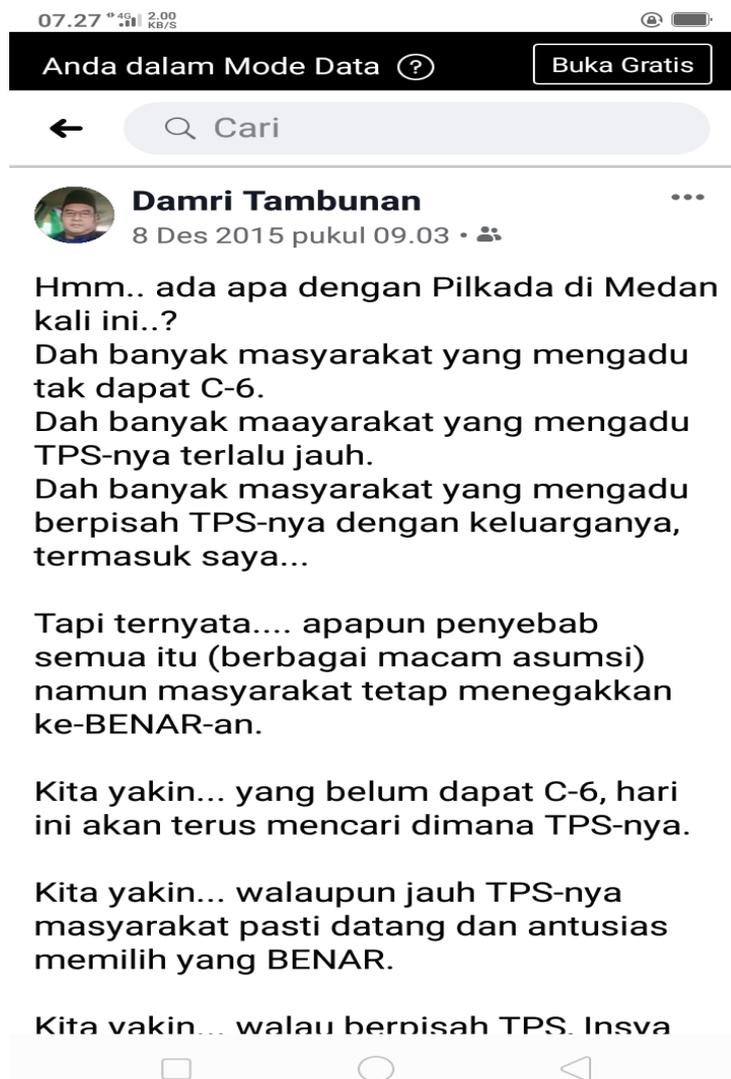
Gambar 10. Facebook Damri Tambunan, tanggal 20 September 2015.



Pada tanggal 8 Desember 2015 Ustaz Damri Tambunan juga menulis tentang masalah masyarakat yang belum memperoleh C6 (Surat Undangan Memilih) dalam isi tulisannya tersebut dia menyinggung agar masyarakat datang ke TPS dan antusias memilih yang BENAR.³⁶³

³⁶³ Damri Tambunan , *Account Facebook pribadi*, di akses pada tanggal 7 Desember 2016.

Gambar 11. Facebook Damri Tambunan, Tanggal 8 Desember 2015.



Ustaz M. Daud Sagita juga melalui *accaccount Facebook* nya pada tanggal 30 Oktober 2015 memposting kegiatan silaturahmi masyarakat Labuhan Batu Raya dengan salah Satu calon walikota yaitu Dzulmi Eldin di Motel Madani Medan. Selanjutnya pada tanggal 10 Nopember 2015, Ustaz M. Daud Sagita juga memposting kegiatan pribadinya memasang spanduk di depan Rumahnya dalam rangka mendukung Eldin-Akhyar.

Gambar 12. Facebook M. Daud Sagita, tanggal 30 Oktober 2015.



Gambar 13. Facebook M. Daud Sagita, tanggal 10 Nopember 2015.



Pada tanggal 11 Nopember 2015, Ustaz M. Daud Sagita pada hari itu juga memposting dua kegiatan di Facebook pribadinya. Yang pertama dia memposting gambar pernyataan seorang ulama KH. Cholil Ridwan yang mengungkapkan bahwa “Yang Muslim saja belum tentu baik, apalagi kalau dia kafir. Selanjutnya Ustaz M. Daud juga memposting kegiatannya menghadiri acara silaturahmi 1300 ustaz dan Ustazah di Asarama Haji Medan dalam rangka dukungan terhadap Eldin-Akhyar yang dilaksanakan oleh MAS-UD Kota Medan.

Gambar 14. Facebook M. Daud Sagita, tanggal 11 Nopember 2015.



Gambar 15. Facebook M. Daud Sagita, tanggal 11 Nopember 2015.



Selanjutnya, Ustaz M. Daud Sagita juga di hari H pemilihan tanggal 9 Desember 2015 juga memposting di Facebook pribadinya untuk mengingatkan masyarakat untuk mencoblos nomor urut 1 yaitu Eldin-Akhyar.

Gambar 16. Facebook M. Daud Sagita, tanggal 9 Desember 2015.



Sementara itu, peneliti juga menemukan postingan di media sosial *Facebook*, yang mengungkapkan sebuah kegiatan keagamaan yang berisi kampanye dukungan terhadap pasangan Ramadhan Pohan-Eddie Kusuma.

Gambar 17. Facebook Pendukung REDI.



f. Etika Komunikasi Dai Dalam Melakukan Pencitraan Kandidat Pada Pemilihan Walikota Medan tahun 2015

Masa kampanye politik merupakan waktu yang sangat urgent bagi para kandidat untuk menampilkan citra diri sebaik mungkin di mata para pemilih,

karena melalui itulah mereka akan diyakini pemilih sebagai sosok yang layak untuk dipilih. Proses membangun citra politik pada masa kampanye tersebut yang dilakukan secara langsung oleh kandidat atau melalui tim sukses atau relawan yang mendudukungnya dilakukan sedemikian rupa dan terkadang hal tersebut bertentangan dengan nilai-nilai agama dan moral yang ada di tengah-tengah masyarakat.

Praktek-praktek manipulasi, kampanye hitam, politik uang, janji-janji manis dan kegiatan kampanye hitam lainnya diakui akan mendatangkan keuntungan dalam jangka pendek bagi kandidat berupa dukungan suara dan memenangkan pemilihan, namun hal itu tidak sebanding dengan kerugian jangka panjang yang akan ditimbulkannya. Berdasarkan pengamatan peneliti perilaku pemilih dalam mengikuti pemilu yang dilaksanakan pasca reformasi menunjukkan perubahan yang sangat radikal. Hal tersebut ditunjukkan dengan sikap dan orientasi pemilih telah berubah dari perjuangan ideologi menjadi perjuangan materi dan kebutuhan sesaat. Selain itu, sikap pragmatisme politik juga tumbuh subur di tengah masyarakat dalam mensikapi banyaknya pemilu yang dilaksanakan secara langsung baik itu pemilu legislatif, presiden, gubernur, bupati dan walikota.

Perubahan sikap dan orientasi masyarakat dalam menyikapi pemilu yang dilaksanakan itu sangat dipengaruhi oleh perilaku elit-elit politik yang bertarung untuk merebutkan dukungan dan suara masyarakat dalam pemilu. Pribahasa yang populer di masyarakat, menyebutkan: “Guru kencing berdiri, murid kencing berlari”. Pribahasa ini adalah sebagai gambaran bahwa perilaku yang salah di masyarakat dalam pemilu merupakan efek dari perilaku salah yang dicontohkan para elit-elit politik yang haus dengan kekuasaan. Hal ini merupakan lingkaran setan yang akan terus berputar seiring dengan kebutuhan pasar yang menganut prinsip jual beli, prinsip untung rugi dan prinsip kebutuhan. Inilah dampak dari perilaku politik yang tidak disandarkan pada nilai-nilai etika atau akhlak yang telah diajarkan dalam Islam melalui petunjuk Al Qur’an dan hadis Nabi Saw.

Terkait masalah etika komunikasi dai dalam melakukan pencitraan kandidat pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015 merupakan hal yang sangat penting diungkapkan, karena secara ideal dai adalah sosok tauladan yang mengajarkan dan menanamkan nilai-nilai Islam dalam diri umat. Nilai-nilai Islam

yang terkandung di dalam Al Qur'an dan hadis Nabi Saw tersebut tercermin dari ucapan, sikap dan perilaku dai ketika berinteraksi dengan umat. Hal ini juga yang menjadi tolak ukur kepribadian dai ketika terlibat dalam praktek-praktek politik praktis.

a. Etika Kejujuran dan Kebenaran

Nilai kejujuran dan kebenaran menjadi prinsip penting yang harus diperhatikan dai dalam melakukan kegiatan pencitraan politik yang dilakukan ketika terlibat dalam kampanye politik. Nilai kejujuran dan kebenaran tersebut dapat berupa perbuatan tidak melakukan kegiatan kampanye hitam (*Black campaign*) dan melakukan fitnah dalam kegiatan kampanye yang dilakukannya.

Terkait dengan hal tersebut di atas ustaz Ahmad Sabban Rgg, mengungkapkan bahwa seorang dai harus menjunjung tinggi etika dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan umat, karena sesungguhnya ajaran yang paling tinggi dalam Islam itu adalah etika atau yang biasa disebut dengan akhlak. Akhlak menjadi ukuran kualitas diri seseorang terlebih lagi dai, karena akhlak tersebut adalah cerminan hati yang tampak dari ucapan, sikap dan perilaku seseorang. Jika perilaku, sikap dan perilaku seseorang itu baik maka sesungguhnya hatinya itu baik dan sebaliknya. Maka menjadi penting bagi setiap muslim khususnya dai untuk selalu menjaga hati dan terus berusaha menghubungkan hati dengan Allah Swt sehingga hati akan terjaga dan akan memancarkan cahaya-cahaya kebaikan dalam hidup. Berkaitan dengan akhlak Nabi Muhammad Saw dalam hadisnya menyebutkan:

إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ صَالِحَ الْأَخْلَاقِ

Sesungguhnya aku diutus hanya untuk menyempurnakan keshalihan akhlak. (HR. Ahmad)

مَا شَيْءٌ أَثْقَلُ فِي مِيزَانِ الْمُؤْمِنِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ مِنْ خُلُقٍ حَسَنٍ وَإِنَّ اللَّهَ لَيَبْغِضُ الْفَاحِشَ
الْبَدِيءَ

Tidak ada sesuatu pun yang lebih berat dalam timbangan seorang mukmin selain akhlak yang baik. Sungguh, Allah membenci orang yang berkata keji dan kotor. (HR. Tirmidzi)

Selanjutnya, bagi dai yang terlibat dalam politik praktis harus senantiasa menjaga akhlaknya, tidak karena kepentingan politik sehingga dai melakukan

sesuatu yang bertentangan dengan petunjuk Al Qur'an dan hadis Nabi Muhammad Saw. Seperti, menebar fitnah dan kebencian, membuka aib seseorang atau kandidat maupun partai politik tertentu dan lain sebagainya. Jika hal ini dilakukan dalam kegiatan politik, maka akan menjadi contoh yang tidak baik bagi umat. Sehingga umat akan beranggapan bahwa hal-hal yang tersebut di atas dianggap wajar dalam kegiatan politik.³⁶⁴

Ustaz Ahmad Sabban Rgg juga merasa prihatin dengan adanya perilaku dai pada waktu pemilihan Walikota Medan tahun 2015 yang masih menyampaikan pesan-pesan politik bernuansa SARA. Maksudnya, calon-calon pemimpin yang tampil waktu itu adalah sosok yang memiliki niat untuk membangun Kota Medan lebih baik dan mereka juga sebagai warga negara yang sama hak dan kewajibannya untuk ikut serta membangun bangsa dan Negara, pada sisi yang lain sesungguhnya Islam merupakan agama yang sangat menghormati segala bentuk perbedaan walupun itu tentang keyakinan. Menurutnya perbedaan yang ada itu sesungguhnya rahmat dari Allah Swt yang harus disyukuri dan tidak menjadi pembeda ataupun jurang pemisah dalam kehidupan bersama, semestinya perbedaan yang ada dapat dijadikan sarana untuk saling melengkapi dan mengisi sehingga akan muncul kebaikan-kebaikan yang dapat dirasakan dalam kehidupan bersama.³⁶⁵

Kegiatan-kegiatan kampanye yang bercorak negatif seperti mengangkat isu-isu perbedaan agama maupun suku sulit dihindari oleh kandidat maupun tim suksesnya dalam masa kampanye dan hal ini juga terjadi pada pilkada Kota Medan tahun 2015. Sebagaimana diketahui bahwa ada salah satu kandidat yang beragama non muslim dan dari latar belakang etnis non pribumi menjadi bahan bagi kandidat yang lain maupun tim suksesnya menjadikan alat untuk memengaruhi pikiran dan perilaku pemilih khususnya umat Islam yang jumlahnya mayoritas di Kota Medan. Kegiatan seperti ini kerap kali terjadi di Kota Medan, pada pilkada tahun 2010 juga isu SARA juga melanda pasangan Sofyan Tan yang pada saat itu menjadi calon Walikota berpasangan dengan Nelly Armayanti. Isu SARA tersebut menguat ketika pilkada masuk pada putaran kedua yang hanya

³⁶⁴ Ahmad Sabban Rgg, wawancara di Medan, tanggal 17 Desember 2019.

³⁶⁵ *Ibid.*

menyisihkan dua pasangan yaitu Rahudman Harahap - Dzulmi Eldin yang bertarung dengan Sofyan Tan - Nelly Armayanti.

Terkait isu SARA tersebut, dai terlibat aktif disadari atau tidak dalam melakukan propaganda kepada masyarakat untuk tidak memilih pasangan yang non muslim dengan penekanan terhadap sentiment keagamaan dan kedaerahan. Kegiatan itu dilakukan dai melalui mimbar-mimbar keagamaan, seperti perwiridan kaum Ibu/Bapak, pengajian rutin di masjid/musalla, mimbar jumat, peringatan hari besar Islam, dan acara keagamaan lainnya. Konsekuensi dari kondisi tersebut telah menggiring opini di masyarakat tentang kandidat muslim dan non muslim, pribumi dan non pribumi.

Sehubungan dengan hal ini Ustaz Amhar Nasution, mengungkapkan bahwa telah banyak praktek-praktek kampanye pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015 dilakukan dengan cara-cara yang tidak baik dan terkesan membangun kebencian terhadap salah satu kandidat. Isu-isu agama seperti “pilih pasangan yang seakidah” telah menjadi komoditas politik dan senjata untuk menyerang lawan politik yang tujuannya untuk menghancurkan citra kandidat tertentu. Hal tersebut banyak dilakukan oleh dai-dai yang mendukung salah satu kandidat. Seharusnya kampanye yang dilakukan kandidat maupun tim pendukungnya lebih mengedepankan visi, misi maupun program kerja yang akan dilakukan lima tahun kedepan jika terpilih nantinya sebagai Walikota Medan, bukan malah membangkitkan ujaran kebencian dan permusuhan di tengah umat dan masyarakat.³⁶⁶

Menurut pandangan Ustaz Amhar Nasution tersebut menunjukkan bahwa dirinya tidak setuju dengan penggunaan isu-isu SARA dalam kampanye, sebab isu SARA yang diangkat tersebut dapat menjadi pemicu konflik umat beragama di Medan dan turut memperlebar jurang perbedaan antar etnis, pribumi dan non pribumi. Namun hal tersebut dibantah oleh dai yang mendukung kandidat lainnya. Bagi dai yang lain, pilkada Kota Medan yang dilaksanakan lima tahun tersebut bukan sekedar momentum untuk memilih sosok pemimpin masyarakat semata, namun jauh lebih penting lagi adalah pilkada ini momentum untuk mendidik umat Islam dalam politik sehingga umat Islam memahami dengan baik ajaran dan petunjuk Islam dalam memilih pemimpinnya.

³⁶⁶ Amhar Nasution, wawancara di Medan, tanggal 14 Desember 2016.

Pernyataan di atas juga di pertegas oleh ustaz Sobirin Harahap bahwa terkait isu SARA yang banyak dijadikan pesan politik untuk menyerang kandidat lainnya merupakan tindakan yang tidak baik dan tidak mendidik kedewasaan umat dalam politik dan secara etika komunikasi juga dilarang di dalam Al Qur'an sebagaimana di jelaskan dalam surah Al Hujarat ayat 11 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا ۚ أَنُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ.

Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka (kecurigaan), karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. Dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima Taubat lagi Maha Penyayang.³⁶⁷

Ayat Alquran di atas juga dipertegas dengan sebuah nadis Nabi Saw yang diriwayatkan oleh Imam Tirmidzi, menyebutkan:

مَنْ نَفَسَ عَنْ مُسْلِمٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا نَفَسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ وَمَنْ يَسَّرَ عَلَى مُعْسِرٍ فِي الدُّنْيَا يَسَّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَمَنْ سَتَرَ عَلَى مُسْلِمٍ فِي الدُّنْيَا سَتَرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ.

Barangsiapa yang meringankan (menghilangkan) kesulitan seorang muslim kesulitan-kesulitan duniawi, maka Allah akan meringankan (menghilangkan) baginya kesulitan di akhirat kelak. Barangsiapa yang memberikan kemudahan bagi orang yang mengalami kesulitan di dunia, maka Allah akan memudahkan baginya kemudahan (urusan) di dunia dan akhirat. Dan barangsiapa yang menutupi (aib) seorang muslim sewaktu di dunia, maka Allah akan menutup (aibnya) di dunia dan akhirat. Sesungguhnya Allah akan senantiasa menolong seorang hamba selalu ia menolong saudaranya.

Ustaz Sobirin Harahap menegaskan, jika niatnya menyampaikan pesan-pesan politik yang bernuansa SARA itu untuk menjadikan orang lain itu atau kandidat buruk dimata masyarakat maka sesungguhnya perilaku itu adalah dosa dan harus dihindari sebagaimana petunjuk Alquran dan hadis Nabi Muhammad Saw di atas. Harus juga dipikirkan bagi umat Islam atau dai khususnya, andai saja kandidat yang

³⁶⁷ Q.S. Al Hujarat/49: 11.

diburukkan citranya tadi akhirnya menjadi pemenang dan menjadi Walikota Medan. Hal itu bisa saja berdampak negatif bagi hubungan pemimpin dengan umat Islam dan terkhusus kepada dai di Kota Medan yang melakukan hal tersebut. Pada sisi yang lain, dai juga harus menyadari bahwa medan ini merupakan kota yang dihuni oleh berbagai lapisan masyarakat yang berbhineka secara agama, suku, adat dan lain sebagainya. Sehingga isu-isu SARA yang digunakan untuk kepentingan politik akan berdampak pada hubungan dan harmonisasi kehidupan bersama, terlebih lagi dai sebagai tokoh yang dihormati dan dipatuhi jamaahnya seharusnya mampu menciptakan rasa aman dan damai di tengah kehidupan bersama dengan warna warni masyarakat yang berbeda. Jika hal ini dilakukan dan diwujudkan dai maka ajaran Islam itu menjadi rahmat bagi seluruh manusia.³⁶⁸

Pandangan yang berbeda disampaikan oleh ustaz M. Daud Sagita terkait etika komunikasi dai dalam pilkada Kota Medan, menurutnya bahwa memilih pemimpin itu adalah suatu kewajiban bagi umat Islam, karena kehidupan bersama tanpa pemimpin akan menimbulkan kekacauan dan kejahatan di tengah masyarakat dan untuk mewujudkan ketertiban dan keberlangsungan hidup bersama maka harus ada pemimpin yang kuat dan dihormati semua orang. Bagaimana sosok pemimpin yang harus dipilih tersebut, maka Alquran dan hadis Nabi Muhammad Saw dengan jelas dan tegas menyebutkannya bahwa tidak boleh memilih pemimpin di luar Islam selagi masih ada orang Islam yang layak dipilih untuk menjadi pemimpin. Petunjuk Alquran dan hadis nabi tersebut harus disampaikan dan diketahui oleh umat Islam, sehingga wajar jika dai yang terlibat pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015 menyampaikan hal itu kepada jamaahnya.³⁶⁹

Ungkapan di atas juga di kuatkan oleh pendapat Ustaz Sangkot Saragih, beliau mengungkapkan bahwa umat harus disadarkan dan dicerdaskan dalam memilih pemimpin, sehingga tidak akan rasa rugi dan menyesal dikemudian hari. Belajar dari pengalaman pemilihan Gubernur DKI Jakarta tahun 2012, ketika itu yang terpilih adalah Joko Widodo dan Basuki T. Purnama (Ahok) selang beberapa waktu Joko Widodo ikut mencalon menjadi presiden dan kemudian terpilih. Selanjutnya posisi Gubernur DKI Jakarta secara undang-undang di serahkan

³⁶⁸ Sobirin Harahap, wawancara di Medan, tanggal 20 Januari 2019.

³⁶⁹ M. Daud Sagita, wawancara di Medan, tanggal 10 Agustus 2017.

kepada Basuki T. Purnama (Ahok). Hal ini yang tidak diinginkan dai-dai terjadi lagi di Kota Medan pada pemilihan Walikota tahun 2015. Sehingga wajar ketika dai menyampaikan pesan-pesan politik tersebut kepada jamaahnya dan hal itu tidak melanggar aturan kampanye, serta fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) juga membolehkan hal tersebut.³⁷⁰

Pernyataan di atas juga dikuatkan oleh Ustaz Damli Tambunan, bahwa apa yang dilakukan dai Kota Medan ketika kampanye menyebutkan pilih yang “BENAR (Bang Eldin dan Akhyar)”, kemudian dijabarkan dalam dengan pernyataan pilih yang benar aqidahnya, benar pengalamannya dan benar perbuatannya yang semua itu mengarah kepada penguatan terhadap pasangan Eldin dan Akhyar. Selanjutnya banyak dai yang mendukung Eldin-Akhyar tersebut menyampaikan pesan politik kepada jamaahnya melalui kegiatan keagamaan untuk memilih kandidat yang seaqidah. Menurutnya hal itu bukan suatu fitnah kepada kandidat lainnya atau sesuatu yang melanggar aturan hukum.³⁷¹

Selanjutnya ketika peneliti melakukan konfirmasi kepada Prof. Muhammad Hatta sebagai Ketua Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan terkait keterlibatan dai dalam kampanye kandidat di Kota Medan menegaskan bahwa masyarakat harus cerdas dalam menanggapi pilkada Kota Medan, sehingga kemudian dapat memahami dengan baik calon pemimpinnya. Selanjutnya tentang isu pilih yang seaqidah dalam hal ini sikap Majelis Ulama Indonesia (MUI) jelas bahwa melarang memilih pemimpin yang tidak seaqidah itu berdasarkan petunjuk Alquran dan hadis-hadis nabi Muhammad Saw. Sesungguhnya yang dilakukan dai pada pilkada Kota Medan tahun 2015 itu suatu proses mendewasakan politik umat Islam, sehingga hal itu tidak dilihat secara emosional sesaat terkait kampanye yang dilakukan dai dalam mendukung salah satu kandidat.³⁷²

Pada kesempatan yang lain Ustaz Zulkarnaen Sitanggang yang juga sebagai Wakil Ketua Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan, menyatakan bahwa pesan-pesan politik yang disampaikan dai kepada jamaah pada masa kampanye Walikota Medan tahun 2015 masih dalam tingkat yang wajar dan tidak

³⁷⁰ Sangkot Saragih, wawancara di Medan, tanggal 17 Oktober 2016.

³⁷¹ Damri Tambunan, wawancara di Medan, tanggal 20 Oktober 2016.

³⁷² Muhammad Hatta, Ketua MUI Kota Medan, wawancara di Medan, tanggal 17 Februari 2020.

melanggar etika dalam berdakwah, karena yang disampaikan dai di mimbar-mimbar keagamaan itu hanya mengajak umat Islam dan jamaah untuk memilih pemimpin dan syarat pemimpin itu telah jelas tertulis dalam petunjuk Al Qur'an dan hadis Nabi Muhammad Saw. Mungkin saja cara menyampaikannya yang terlalu berlebihan sehingga hal itu dianggap sebagai kampanye hitam oleh sebagian masyarakat.³⁷³

Ustaz Zulkarnaen Sitanggang menambahkan, bahwa umat Islam Kota Medan sudah sangat memahami tentang latar belakang tokoh-tokoh yang tampil sebagai calon Walikota. Hal tersebut dikarenakan tingkat pendidikan dan akses informasi yang banyak mereka terima dari media massa dan media sosial yang begitu dekat dengan mereka. Walaupun hal tersebut tidak disampaikan oleh dai pada mimbar-mimbar keagamaan mereka juga sudah mengetahui tentang dalil yang berkaitan tentang memilih pemimpin.

Berdasarkan wawancara dan observasi serta pengetahuan peneliti, pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015 sebagaimana telah diutarakan pada uraian di atas bahwa ada dua kandidat yang tampil sebagai calon Walikota dan Wakil Walikota, pasangan yang pertama adalah Dzulmi Eldin - Akhyar Nasution dan calon pasangan kedua adalah Ramadhan Pohan - Eddie Kusuma. Pasangan kedua ini Ramadhan Pohan - Eddie Kusuma adalah pasangan pelangi (Islam dan Non Islam), karena adanya perbedaan agama maka hal ini sering kali diungkapkan oleh dai-dai dalam setiap acara keagamaan yang berlangsung di masa kampanye pemilihan Walikota tahun 2015.

Berdasarkan pernyataan di atas menunjukkan bahwa sebahagian dai di Kota Medan menganggap bahwa pesan-pesan politik yang disampaikan dai pada masa kampanye pilkada Kota Medan tahun 2015 terkait isu SARA terkhusus tentang pilih yang seaqidah dianggap tidak bagian dari melakukan kampanye hitam (*black campaign*), sebab hal itu merupakan pesan Al Qur'an dan hadis Nabi Saw bagi umat Islam dalam mensikapi pemilihan pemimpin. Sehingga hal yang wajar-wajar bagi dai untuk mengungkap dan menjelaskannya kepada umat Islam melalui berbagai kegiatan keagamaan yang dilaksanakan pada masa kampanye pemilihan Walikota Medan tahun 2015. Namun bagi dai yang lain menilai tindakan seperti itu merupakan upaya menghancurkan karakter dan citra bagi

³⁷³ Zulkarnaen Sitanggang, wawancara di Medan, tanggal 23 Februari 2017.

pasangan kandidat lainnya yang merupakan calon pelangi (Islam & Non Muslim).

b. Praktek Politik Uang

Praktek-praktek politik uang dalam pemilu sering kali terjadi dan hal itu dilakukan oleh kandidat maupun tim kampanyenya untuk kepentingan meraih suara dan memenangkan pemilu yang dilaksanakan. Praktek politik uang telah merubah pilihan masyarakat tidak lagi didasarkan pada penilaian yang objektif terhadap seorang kandidat melainkan berdasarkan keuntungan sesaat yang diterima oleh pemilih atau masyarakat. Praktek politik uang tersebut sangat sulit dibuktikan karena yang memberi dan yang menerima tidak mau mengungkap secara jujur hal tersebut.

Terkait pencitraan politik yang dilakukan dai pada pilkada Kota Medan tahun 2015 banyak kalangan menilai bahwa pilkada Kota Medan tahun 2015 terkesan bersih dari praktek-praktek politik uang. Berdasarkan penjelasan dari ustaz Damli Tambunan, bahwa pelaksanaan pilkada di Kota Medan berjalan dengan baik dan lancar tanpa ada kasus-kasus politik uang di tengah masyarakat. Hal itu menurutnya suatu budaya politik yang positif dan harus dipertahankan untuk selanjutnya, sehingga masyarakat tidak lagi mendasari pilihannya karena pemberian uang atau lainnya dari salah satu kandidat.³⁷⁴

Pernyataan di atas juga diperkuat oleh ustaz Saladin DP bahwa:

Nampaknya nggak ada, sejauh yang saya tau di Kecamatan Medan Timur tidak ada kegiatan bagi-bagi uang atau sembako di hari H pemilihan, sepi-sepi aja. Malah saya lihat banyak kawan-kawan ustaz yang nongkrong di TPS untuk menyaksikan proses pemilihan. dan dari tim-tim sukses calon juga nggak ada yang menunjukkan aktivitas bagi-bagi itu. Sebagai masyarakat kita tegas menolak praktek politik uang tersebut.³⁷⁵

Selanjutnya, ustaz Bustami manurung mengungkapkan terkait politik uang di pilkada Medan tahun 2015. Beliau menyatakan:

Tidak mungkin dai di Kota Medan ini terlibat dalam politik uang, jika ada politik uang jelas pelakunya tidak dari kalangan dai. Malah kebiasaannya ustaz-ustaz dikasi uang bukan malah bagi bagi uang. Saya melihat pemilihan Walikota yang lalu itu bersih dari politik uang, buktinya TPS di Medan Marelan pada sepi mengunjung. Jika ada politik uang pasti TPS rame dikunjungi masyarakat, sederhana saja kita melihatnya.³⁷⁶

³⁷⁴ Damri Tambunan, wawancara di Medan, tanggal 20 Oktober 2016.

³⁷⁵ Saladin DP, wawancara di Medan, tanggal 25 Oktober 2017.

³⁷⁶ Bustami Manurung, wawancara di Medan, tanggal 17 Nopember 2019.

Selanjutnya ustaz Bustami manurung menjelaskan, jika politik uang itu dipahami sebagai kegiatan membagi-bagi uang atau sembako kepada masyarakat ketika menjelang 1-2 hari sebelum hari H atau di hari H pemilihan hal itu jelas perilaku yang salah dan berbahaya jika terjadi secara terus menerus di masyarakat ketika pemilu dilaksanakan. Pada pilkada Kota Medan tahun 2015 praktek politik uang tersebut tidak dilakukan oleh para kandidat. Namun jika politik uang itu dipahami dengan pemberian bantuan atau sumbangan kandidat secara langsung maupun melalui tim kampanyenya kepada masyarakat pada masa kampanye, hal itu jelas sering terjadi pada masa kampanye. seperti kandidat yang member sumbangan dalam pembangunan masjid, atau memberi sumbangan berupa tali kasih kepada fakir miskin maupun anak yatim atau membantu panitia hari besar Islam dalam melakukan kegiatan keagamaan dan sebagainya. Menurut pandangan ustaz Bustami Manurung bahwa politik uang itu adalah pemberian dari seseorang berupa uang atau bingkisan ketika hari H pemilihan atau sehari sebelumnya yang tujuannya untuk memilih salah satu kandidat tertentu. Namun ketika masa kampanye berlangsung dan pada saat itu kandidat maupun tim kampanyenya memberikan bantuan atau sumbangan kepada masyarakat yang bersifat umum dan terbuka maka hal itu tidak termasuk dalam praktek politik uang.³⁷⁷

Hal tersebut juga diakui oleh ustaz M. Daud Sagita bahwa praktek politik uang itu adalah praktek politik yang merusak tatanan politik di masyarakat. Akan tetapi, tidak jarang kandidat memberikan sesuatu kepada masyarakat atau jamaah ketika kandidat tersebut melakukan sosialisasi maupun kampanye. Bantuan yang diberikan tersebut beragam bentuknya, dari mulai uang maupun barang yang dibutuhkan oleh masyarakat. Terkadang pemberian tersebut dilakukan secara langsung oleh kandidat atau melalui tim kampanye kandidat tersebut. Dalam hal tersebut ustaz Muhammad M. Daud Sagita melihat hal itu suatu yang wajar dilakukan kandidat ketika masa kampanye sebagai bentuk perhatian, kepedulian dan menjalin tali kasih dengan masyarakatnya. Posisi dai dalam hal itu sebatas mandampingi kandidat dan memberikan tausiyah keagamaan dan dai tidak turut dalam memberi bantuan dari kandidat tersebut.³⁷⁸

Berdasarkan informasi yang diperoleh peneliti menunjukkan bahwa praktek politik uang tidak dilakukan oleh dai pada pilkada Kota Medan tahun 2015. Semangat dan sikap menolak politik uang tersebut harus tetap dijaga oleh

³⁷⁷ *Ibid.*

³⁷⁸ M. Daud Sagita, wawancara di Medan, tanggal 12 Desember 2017.

dai di Kota Medan agar dapat terus memberikan pencerahan kepada umat dan jamaahnya untuk melakukan praktek-praktek politik yang sehat sesuai dengan petunjuk Al Qur'an dan hadis Nabi Muhammad Saw.

c. Konsisten Antara Ucapan dengan Perbuatan

Prinsip kedua ini menunjukkan sikap dai harus senantiasa konsisten atau istiqomah ucapan dengan perbuatan yang dilakukannya. Hal ini merupakan satu etika yang harus diperhatikan dai dalam kegiatan komunikasi politik yang dilakukannya. Sebagaimana yang telah dijelaskan pada bab 2 di atas bahwa dalam praktek pencitraan politik sering kali seorang kandidat maupun tim kampanye menyampaikan janji-janji yang muluk-muluk dengan sangat meyakinkan bahwa dirinya mampu mewujudkan perubahan, kebaikan dan kesejahteraan bagi masyarakat jika dirinya dipilih dan memenangkan pemilihan umum. Namun setelah terpilih semua yang dijanjikan tersebut tidak dilaksanakan, ”janji tinggal janji”, sering kali para politisi lupa apa yang diucapkannya ketika kampanye dengan apa yang dilakukannya ketika telah terpilih menjadi pemimpin masyarakat.

Hal inilah yang kemudian diingitkan Allah Swt dalam Al Qur'an sebagaimana berikut;

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ (٢) كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ

Hai orang-orang yang beriman, mengapa kamu mengatakan apa yang tidak kamu perbuat?. Amat besar kebencian di sisi Allah bahwa kamu mengatakan apa-apa yang tiada kamu kerjakan.³⁷⁹

Pesan Alquran di atas harus dijadikan pegangan bagi dai, karena dai merupakan panutan dan contoh bagi umat Islam yang memberikan pengaruh langsung kepada umat Islam. Terlebih lagi bagi dai yang terlibat dalam praktek-praktek politik harus senantiasa menjunjung tinggi nilai etika tersebut, sifat inilah yang disebut amanah.

Terkait dengan hal ini, sebagian dai mengungkapkan bahwa berpolitik itu adalah sebuah amanah yang diwariskan oleh Nabi Muhammad Saw, selain tugas dakwah dai juga memiliki tanggung jawab untuk mewujudkan kebaikan, ketertiban, kedamaian dan kesejahteraan bagi masyarakat yang hal itu terbingkai dalam ajaran *amar ma'ruf nahi mungkar* yang dapat diwujudkan dengan suatu

³⁷⁹ Q.S. QS As Saff/61: 2-3.

kekuasaan di masyarakat dan untuk meraih kekuasaan tersebut maka sarana yang ditempuh adalah melalui jalur politik. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh ustaz Rudi Suntari, yang menyatakan:

Dakwah dan politik merupakan satu kesatuan unsur yang tak dapat terpisahkan. Melalui politik, upaya dakwah yang dilakukan para ulama pun akan dapat berjalan lancar. Dakwah itu memerlukan kekuasaan. Pada prinsipnya Rasulullah Saw telah memberikan landasan sistem berpolitik dan berdakwah, baik itu dalam skala kecil atau besar dalam sebuah Negara. Yang harus dikedepankan dalam membangunnya adalah nilai-nilai islam dan ketulusan. Itulah politik dalam Islam yang tidak mengenal politik kotor tetapi selalu ingin menciptakan keindahan dengan keindahan dimanapun dan kapanpun. Politik yang dibangun Islam adalah makna pengaturan, pengayoman dan harus punya fungsi *rahmatan lil 'alamin* dalam arti keindahannya dapat dirasakan oleh siapapun dan apapun yang ada di alam ini.”³⁸⁰

Sejalan dengan hal di atas, ustaz Sangkot Saragih dalam sesi wawancara, dengan jelas menyebutkan bahwa:

Kita harus memandang bahwa Islam itu adalah agama *rahmatan lil alamin*, oleh karena itu Islam harus menjadi nilai yang dipegang teguh oleh umat. Nilai yang dimaksud itu harus berwujud pada aturan, undang-undang dan lain sebagainya. Kemudian untuk mewujudkan itu tentunya kita harus didukung oleh kekuasaan itu seperti halnya Nabi Muhammad di Madinah. Nah, di sinilah peran kita para ustaz seharusnya, bukan sekedar ceramah dari mimbar ke mimbar atau dari pengajian ke pengajian lain saja. Bagi saya dakwah dan politik itu sesuatu yang wajib bagi umat, terlebih para ustaz. Sehingga jangan dipisah-pisahkan keduanya, bisa repot nanti umat. Jika dipisah itu masalah, contohnya Jakarta yang dipimpin Ahok yang non muslim.³⁸¹

Lebih lanjut ustaz Sangkot Saragih mengatakan bahwa dai dan umat Islam harus berpolitik, karena jika dai dan umat Islam tidak berpolitik maka umat Islam akan dipimpin oleh orang-orang munafik, orang-orang fasik, atau orang kafir yang jelas-jelas itu bertentangan dengan Alquran dan hadis nabi. Sebagaimana dijelaskan dalam Alquran bahwa janganlah orang yang beriman (Islam) itu memilih orang-orang Yahudi dan Nasrani untuk menjadi pemimpinmu (surah Al Maidah ayat 51). Larangan ini sebagai tanda peringatan bahwa urusan pemimpin itu adalah hal yang prinsip dan penting dalam kehidupan bersama khususnya umat Islam dan jika pemimpin itu tidak se aqidah di khawatirkan akan berimbas pada dakwah Islam di tengah masyarakat, pada sisi yang lain dikhawatirkan kebijakan

³⁸⁰ Rudi Suntari, wawancara di Medan, tanggal 09 Oktober 2016.

³⁸¹ Sangkot Saragih, wawancara di Medan, tanggal 21 Agustus 2016.

pemerintah yang akan diambil merugikan kepentingan umat Islam. Sebagaimana telah diingatkan Allah dalam Al Qur'an bahwa sesungguhnya orang-orang Yahudi dan Nasrani itu tidak pernah senang kepada kamu (Islam) sampai kamu mengikuti agama mereka (surah Al Baqorah ayat 120).³⁸²

B. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

a. Keterlibatan Dai Pada Pemilihan Walikota Medan tahun 2015

Berdasarkan temuan penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan dai dalam pemilihan Walikota Medan tahun 2015 terbagi menjadi dua kelompok yaitu: 1). Dakwah harus sejalan dengan politik, dan 2). Dakwah harus dipisahkan dengan politik.

1. Dakwah harus sejalan dengan politik

Dakwah harus sejalan dengan politik, hal ini menunjukkan bahwa politik itu sesungguhnya mempunyai tempat yang istimewa dalam Islam. Dai memahami Islam sebagai ajaran universal yang menyangkut semua aspek kehidupan manusia, Islam tidak sekedar bicara ibadah atau ritual yang menunjukkan penghambaan secara vertikal semata, lebih dari itu urusan yang berkaitan dengan hubungan dengan sesama manusia (*muamalah*) juga merupakan bagian penting yang diajarkan Islam dalam petunjuk Alquran dan sunah Nabi Saw. Hal tersebut membuktikan Islam mengajarkan kepada umat untuk melakukan berbagai hal yang berkaitan dengan urusan kehidupan dunia dan sekaligus urusan akhirat, karena sesungguhnya keduanya merupakan ibadah disisi Allah Swt.

Salah satu hubungan sesama manusia yang memiliki pengaruh dalam kehidupan bersama adalah masalah politik. Politik (*Siyasah*) dipahami sebagai suatu cara yang ditempuh untuk mengatur kehidupan bersama dalam mewujudkan kebaikan hidup di tengah manusia. Sehingga, politik dipandang sebagai suatu yang penting dan sama pentingnya dengan dakwah. Keduanya harus berjalan beriringan dan tidak boleh dipisahkan, karena politik dianggap sebagai salah satu wasilah atau jalan untuk meninggikan dakwah di tengah masyarakat. Hal ini sesuai dengan pendapat Ibnu Taimiyah dan Al Mawardi, politik harus digunakan untuk tujuan dan kepentingan agama atau dakwah. Al Qur'an dan hadis Nabi

³⁸² Sangkot Saragih, wawancara di Medan, tanggal 21 Agustus 2016.

Muhammad Saw telah jelas menerangkan nilai-nilai yang harus di diwujudkan dalam kehidupan bersama. Meskipun Al Qur'an itu bukanlah kitab politik, namun di dalamnya dimuat perinsip-prinsip politik yang tinggi untuk kebaikan umat manusia.

Kelompok dai ini menyakini bahwa tugas sebagai juru dakwah merupakan amanah keNabian untuk menegakkan agama Islam di tengah umat manusia atau yang biasa disebut *al-'ulama warasatul anbiya* yang mengemban tugas mulia untuk kebesaran Islam di muka bumi. Dakwah dipahami mereka bukan sekedar ceramah dari mimbar ke mimbar atau dari jamaah ke jamaah, lebih dari itu bahwa dakwah harus memiliki energi untuk mampu menguasai dan mengatur hajat hidup umat manusia pada umumnya. Oleh karena hal itu umat Islam harus mampu memainkan peran politiknya, menguasai pemerintahan dan menentukan kebijakan-kebijakan yang menguasai hajat hidup orang banyak sesuai dengan petunjuk Alquran dan sunah nabi Saw. Jika hal ini mampu dilakukan maka dakwah Islam akan mudah sampai kepada seluruh umat manusia, serta nilai Islam dapat diterapkan dalam kehidupan bersama.

Selanjutnya tujuan ideal yang ingin dicapai adalah menjadikan Islam sebagai agama rahmat bagi seluruh alam semesta, dalam arti bahwa Islam bukan sekedar nilai yang tinggi, namun dia juga harus menjadi sistem hidup yang mengatur kehidupan manusia secara utuh dan menyeluruh. Seperti halnya nabi Muhammad Saw ketika di Madinah telah memainkan peran ganda yaitu sebagai Rasul yang membawa ajaran Islam dari Allah Swt, pada sisi yang lain Nabi Muhammad juga memainkan peran untuk mengatur kehidupan bersama antara kaum Anshar-Muhajirin (Islam), Yahudi, Nasrani dan semua suku di Madinah yaitu sebagai presiden (kepala negara). Peran ganda nabi Muhammad Saw tersebut telah menjadikan ajaran dan pemeluk Islam tersebar luas di berbagai penjuru dunia baik dengan pendekatan dakwah maupun pendekatan kekuasaan (kekuasaan).

Kesadaran dai di Kota Medan tentang pentingnya politik bagi umat Islam, telah mendorong para dai untuk terjun ke wilayah politik praktis salah satunya adalah terlibat aktif dalam berbagai partai politik yang ada. Sebagian ada yang menempuh jalur tersebut melalui partai politik yang berasaskan Islam seperti Partai Persatuan Pembangunan (PPP) dan Partai Bulan Bintang (PBB), sebagian yang lain mengambil jalur partai nasionalis namun tetap bercorak religius seperti Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Amanat Nasional (PAN), Partai

Kebangkitan Bangsa (PKB). Namun tidak sedikit dai yang terlibat aktif di partai-partai Nasionalis seperti Partai Golkar, Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P), Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra), Partai Demokrat dan lain sebagainya.

Keterlibatan dai di partai politik tersebut turut berkontribusi dalam kehidupan politik di Kota Medan. Banyak dari dai yang terlibat ikut dalam pencalonan sebagai anggota DPRD Kota Medan, DPRD Propinsi Sumatera Utara dan DPR RI pada setiap pemilu legislatif di gelar. Selain itu banyak juga dai yang juga mencalonkan diri sebagai Kepala Daerah atau terlibat aktif dalam lingkaran kekuasaan di daerah dan lain sebagainya. Pada momentum pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Medan tahun 2015 mereka juga terlibat aktif terlibat dalam melakukan kegiatan pendidikan, sosialisasi dan pencitraan politik di tengah masyarakat dan khususnya umat Islam dalam rangka mendukung salah satu kandidat yang berkompetisi menjadi Walikota dan Wakil Walikota Medan tahun 2015-2020. Sehingga, dalam masa kampanye pemilihan Walikota Medan tahun 2015 terlihat wajah-wajah dai menghiasi panggung politik atau mimbar-mimbar keagamaan untuk memberikan dukungan politik dan memengaruhi umat Islam untuk memenangkan kandidat yang didukung masing-masing.

2. Dakwah harus dipisahkan dengan politik.

Berdasarkan temuan penelitian di atas menunjukkan bahwa sebagian dai tidak setuju mencampurkan aktivitas dakwah dengan politik, terlebih lagi memeralat dakwah untuk kepentingan politik. Menurut mereka dakwah harus di jauhkan dan bahkan dipisahkan dari politik. Karena politik identik dengan perebutan kekuasaan atau kepemimpinan di masyarakat dan hal itu yang sangat syarat dengan perilaku permusuhan, tipu muslihat, fitnah, dendam dan lain sebagainya yang itu semua penuh dengan dosa dan jelas bertentangan dengan ajaran Islam yang di bawa oleh Nabi Muhammad Saw.

Sebagaimana diungkapkan oleh ustaz Maulana Ibrahim menjelaskan bahwa aktivitas dakwah Islam harus dipisahkan dengan kegiatan politik, sebab kegiatan dakwah merupakan kegiatan menegakkan yang hak dan mencegah perbuatan yang batil sesuai dengan ajaran Islam. Sementara kegiatan politik merupakan kegiatan yang banyak diwarnai dengan aktivitas tipu daya, suap,

permusuhan dan dendam serta menghalalkan segala cara untuk memperoleh kedudukan dan jabatan. Terkadang dalam politik itu yang benar menjadi salah dan yang salah bisa menjadi benar, hal itu jelas bertentangan dengan ajaran Islam yang mengajarkan kesucian iman dan menegakkan amal soleh.³⁸³

Selain alasan penolakan berdasarkan prinsip-prinsip aqidah yang mereka yakini, alasan lain dai menolak terlibat dalam politik praktis, khususnya politik pemilihan umum dikarenakan keinginan dari jamaahnya. Ada sebagian jamaah pengajian di Kota Medan tidak suka jika materi dakwah yang disampaikan dai berisi muatan politik untuk kepentingan salah satu kandidat. Selain itu, dai juga beranggapan bahwa masyarakat Kota Medan adalah masyarakat yang sudah cerdas dalam memahami politik. Hal itu karena masyarakat Kota Medan sudah sangat dekat bersentuhan dengan media massa, media sosial sehingga pengetahuan tentang politik sudah baik dan ditambah lagi pengalaman mereka terlibat dalam politik langsung juga menjadi pelajaran tersendiri dalam mensikapi pemilu yang sudah berulang kali mereka ikuti. Masyarakat juga sudah dapat menilai dan memahami sendiri siapa calon pemimpinnya yang harus mereka pilih.

Tugas dan tanggung jawab dai dipahami sekedar untuk membangun nilai-nilai spritual berdasarkan petunjuk Alquran dan hadis nabi Saw dan kemudian mengimplementasikan nilai-nilai tersebut dalam bentuk ibadah seperti salat, puasa, zakat dan berhaji dalam diri setiap umat. Jika nilai-nilai itu telah tertanam dalam diri setiap muslim maka mereka akan terdidik dan terarah pada sikap dan perilaku yang baik pula. Sikap jujur, adil, amanah, dan lain sebagainya akan muncul dalam kehidupan pribadi dan sosial mereka, dan ini adalah modal bagi umat untuk terlibat atau tidaknya mereka dalam ranah politik.

Persepsi negatif tentang politik masih melekat pada diri dai di Kota Medan dan ditambah lagi dengan berbagai faktor yang muncul dari dalam diri dai maupun jamaahnya, hal itu yang membentuk sikap dan perilaku dai ketika bersentuhan dengan momentum politik yang diselenggarakan seperti pemilu legislatif, presiden, gubernur maupun pemilihan walikota. Meski demikian dai tidak pada posisi menolak pelaksanaan pemilu, melainkan mereka tidak mau terlibat dalam pesta demokrasi tersebut. Mereka ikut menggunakan hak pilihnya ketika calon walikota yang tampil sesuai dengan prinsip-prinsip yang mereka

³⁸³ Maulana Ibrahim, wawancara di Medan, tanggal 18 Desember 2017.

yakini berdasarkan pemahaman keagamaan yang mereka miliki, namun tidak jarang mereka bersikap “golput” atau tidak ikut memilih ketika melihat calon yang tampil tidak sesuai dengan nilai-nilai petunjuk dalam Alquran maupun hadis nabi Saw.

Berdasarkan uraian di atas peneliti menyimpulkan bahwa penolakan dai di Kota Medan dalam kegiatan pemilihan Walikota tahun 2015, sesungguhnya tidak menolak pelaksanaan pilkada tersebut namun lebih pada bersikap tidak mencampurkan antara kegiatan dakwah dengan politik. Meskipun demikian, peneliti tidak menafikan ada juga dai yang menolak politik dan berbagai perangkat aturannya termasuk sistem pemilihan pemimpin di masyarakat. Seperti kelompok organisasi Hizbut Tahrir Indonesia (HTI).

3. Dai yang netral

Sebagian dai menganggap bahwa masyarakat Kota Medan adalah masyarakat yang sudah cerdas dalam memilih dan memilih dalam politik. Hal itu karena masyarakat Kota Medan sudah sangat dekat bersentuhan dengan media massa, media sosial sehingga pengetahuan tentang politik sudah baik dan ditambah lagi pengalaman mereka terlibat dalam politik langsung juga menjadi pelajaran tersendiri dalam menyikapi pemilu yang sudah berulang kali mereka ikuti. Masyarakat juga sudah dapat menilai dan memahami calon-calon yang harus mereka pilih.

Peran dai adalah membangun nilai-nilai spritual berdasarkan petunjuk Alquran dan hadis nabi Saw. mengimplementasikan nilai-nilai yang terkandung dalam ibadah seperti salat, puasa, zakat dan berhaji dalam diri setiap umat adalah tugas utama seorang dai, dengan tertanamnya nilai-nilai itu dalam diri setiap muslim maka mereka akan terdidik dan terarah pada sikap dan perilaku yang baik pula. Sikap jujur, adil, amanah, dan lain sebagainya akan muncul dalam kehidupan pribadi dan sosial mereka, dan ini adalah modal bagi umat untuk terlibat atau tidaknya mereka dalam ranah politik.

Pada sisi yang lain yang harus disadari bahwa dai adalah perekat umat Islam. Jika para dai terjun langsung keranah politik praktis, maka dikhawatirkan akan terjadi perpecahan di tengah umat. Jika dai yang satu mendukung calon tertentu, dan dai yang lain mendukung calon lainnya ini adalah bibit perpecahan yang disadari atau tidak, karena dalam politik pilkada tentunya kampanye negatif

yang saling menjelekkkan calon yang satu dengan lainnya tidak dapat dihindarkan dan itu juga yang sering dilakukan ketika dai mengkampanyekan calon yang didukungnya di kampanye terbuka maupun tertutup di tengah-tengah umat Islam.

Konsekuensi dari pemikiran di atas, maka berpengaruh terhadap keterlibatan dai pada setiap momentum politik yang berlangsung baik itu kegiatan pemilihan presiden, anggota legislatif, pemilihan gubernur, bupati, maupun pemilihan walikota, terkhusus pada pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Medan tahun 2015. Pada kegiatan tersebut keterlibatan dai cukup beragam berdasarkan kepentingan dan keyakinan masing-masing dai. keterlibatan dai tersebut peneliti kelompokkan menjadi tiga kelompok, yaitu: Pertama, dai yang mendukung secara langsung, kedua, dai yang mendukung secara tidak langsung dan ketiga, dai yang netral.

Peneliti dalam hal ini melihat perbedaan pandangan masyarakat di Kota Medan tentang hubungan dakwah dengan politik, dalam hal ini masih ada dai maupun umat Islam yang memisahkan secara tegas keduanya. Hal tersebut antara lain disebabkan karena pemahaman yang tidak utuh terhadap ajaran Islam itu sendiri. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Kuntowijoyo yang menyebutkan bahwa banyak orang, bahkan pemeluk Islam sendiri tidak sadar bahwa Islam bukan hanya agama, tetapi juga sebuah komunitas (*ummat*) tersendiri yang mempunyai pemahaman, kepentingan, dan tujuan-tujuan politik sendiri. Banyak orang beragama Islam, tetapi hanya menganggap Islam sebagai agama individual, dan melupakan kalau Islam sebenarnya agama sosial (kolektivitas) yaitu Islam mempunyai kesadaran, struktur dan mampu melakukan aksi bersama untuk mewujudkan kebaikan. Dan akhirnya Kuntowijoyo dalam bukunya dengan tegas dan meyakinkan bahwa Islam memiliki konsep tentang politik, dan politik sesuatu hal yang penting dalam Islam.³⁸⁴

Peneliti dalam hal ini lebih cenderung dengan pendapat yang pertama bahwa dakwah dan politik merupakan sisi penting dalam kehidupan umat Islam dan keduanya harus berjalan beriringan satu dengan lainnya saling melengkapi. Sehingga keduanya harus mendapat perhatian di tengah umat Islam. Hubungan antara dakwah dan politik dalam praktek kehidupan sosial keagamaan setidaknya dapat digambarkan dengan ungkapan “Dakwah dan Politik bagaikan dua sisi mata

³⁸⁴ Kuntowijoyo, *Identitas Politik Umat Islam*, (Bandung : Mizan, 1997), h. 27.

uang, dimana satu sama lain saling melengkapi, tidaklah dianggap sempurna atau sah sebagai mata uang apabila satu diantaranya tidak ada. Artinya bahwa, dakwah dan politik itu tidak dapat dipisahkan namun dapat dibedakan". Pemahaman ini yang harus ditanamkan dalam diri setiap muslim sehingga tidak lagi ada keraguan dan kesalahan dalam memahami hubungan dakwah dan politik sebagai upaya mewujudkan kebaikan dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

Untuk menanamkan nilai-nilai tersebut, maka penting untuk diperhatikan bahwa aktivitas politik yang dilakukan para dai atau para ulama harus mencerminkan akhlak yang mulia dan menghindari praktek politik yang menghalalkan semua cara untuk mencapai tujuan kekuasaan. Praktek politik yang dilakukan dengan menghalalkan berbagai cara tentunya akan mengakibatkan kekacauan politik, kekacauan umat dan bahkan dakwah itu sendiri. Dai yang terjun dalam aktivitas politik harus menyadari bahwa tujuan utama adalah dakwah dalam kehidupan masyarakat untuk kebesaran agama Islam, bukan pada tujuan kekuasaan sesaat. Politik hanyalah salah satu sarana atau alat dalam mendukung aktivitas dakwah. Sehingga para dai yang terjun ke ranah politik akan menjadi contoh yang ideal bagi masyarakat khususnya umat Islam dalam melakukan aktivitas politik di tengah masyarakat luas.

Secara ideal, kedepan aktivitas dakwah yang syarat dengan kepentingan politik yang dilakukan dai hendaknya harus tetap berorientasi pada pembangunan masyarakat Islam yang lebih baik, bukan sekedar berorientasi pada kepentingan golongan atau kelompok tertentu. aktivitas dakwah yang diharapkan mampu mengakomodir aspirasi dari masyarakat dan khususnya umat Islam, sehingga pembangunan yang dilaksanakan mencerminkan aspirasi dari kepentingan masyarakat. Sesungguhnya, Hal tersebut merupakan contoh karakteristik kepemimpinan Nabi Muhammad Saw di Madinah yang di bingkai dengan Piagam Madinah. Selanjutnya, dai dan aktivitas dakwah yang dilakukan memiliki peran dan tanggung jawab dalam membangun peradaban, yaitu peradaban yang menyeimbangkan keinginan bumi dan langit. Segala sesuatu yang berasal dari langit (ajaran kebenaran: Alquran dan sunah nabi Muhammad saw.) merupakan tugas dai untuk dapat mentransformasikan dalam kehidupan serta membukumkannya pada seluruh umat manusia dalam bentuk sikap, perilaku, nilai dan sistem hidup bersama.

Aktivitas dakwah yang dilakukan dai harus diperkuat dengan menggunakan berbagai instrument kehidupan, termasuk kekuasaan politik yang ada saat ini untuk kepentingan dakwah. Dai yang bergabung dalam partai politik maupun lembaga politik atau dai yang bersentuhan langsung dengan lingkaran kekuasaan politik harus menyadari bahwasanya dirinya merupakan bagian dari mata rantai perjuangan umat. Sudah saatnya dai menghilangkan keraguan dalam aktivitas politik di tengah masyarakat dan melepaskan diri dari belenggu masa lalu yang mengebiri kehidupan politik dan menjauhkan dai dari politik. umat Islam harus disadarkan bahwa aktivitas politik dai sebagai upaya menegakkan *amar makruf nahi mungkar* dan untuk itu penting untuk mendapat dukungan dari umat Islam, sehingga gerakan dakwah politik *amar ma'ruf nahi mungkar* dapat dilakukan dengan kekuasaan politik. Nantinya dai tidak lagi sekedar berceramah saja namun dai juga sudah bisa memerintah dengan kekuasaan dan kewenangan yang dimilikinya, ini yang disebut dengan Gerakan Dakwah Struktural.

Gerakan dakwah struktural sebagaimana diungkap oleh Abdullah bahwa tokoh-tokoh dakwah seperti Buya Hamka dan M. Natsir yang juga sebagai tokoh politik telah menggagas gerakan dakwah struktural di Indonesia, Buya Hamka dan M. Natsir serta tokoh Islam lainnya melalui sidang parlemen tahun 1957-1959 ingin menjadikan Islam sebagai dasar negara. Hal tersebut dimaksudkan untuk memudahkan pelaksanaan syariat Islam di Indonesia. Meskipun perjuangan tersebut tidak terwujud, namun semangat tersebut telah menjadi inspirasi generasi berikutnya untuk memperjuangkan nilai-nilai Islam dalam wujud kehidupan negara.³⁸⁵

Gerakan dakwah struktural dipahami sebagai gerakan yang menghubungkan antara agama (*din*) dengan negara (*dawlah*). Pada hakikatnya, negara adalah suatu wadah, di mana manusia berkarya sebagai khalifah Allah Swt. dan hidup secara damai dan sejahtera untuk memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat. Kehidupan yang damai dan sejahtera tersebut, menurut Azyumardi Azra dapat terwujud ketika, agama (Islam) menjadi sumber nilai dalam administrasi negara, bukan secara sekular, yaitu upaya memisahkan agama dengan kehidupan bernegara.³⁸⁶ Pemikiran tersebut mensyaratkan bahwa negara dengan berbagai strukturnya dapat dipandang sebagai pelaku dakwah karena memiliki kekuasaan

³⁸⁵ Abdullah, *Dakwah Kultural dan Struktural: Telaah Pemikiran dan Perjuangan Dakwah Hamka dan M. Natsir* (Bandung: Ciptapusaka Media Perintis, 2012), h. 164.

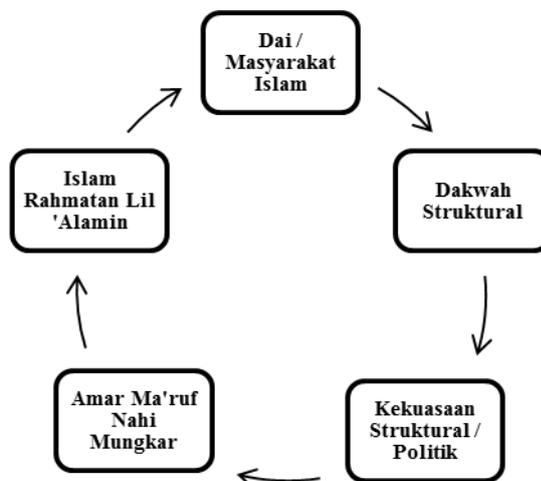
³⁸⁶ Azyumardi Azra, *Pergolakan Politik Islam* (Jakarta: Paramadina, 1996), h. 20.

untuk melakukan perubahan, kontrol dan bahkan pemaksaan dalam menegakkan nilai-nilai kebenaran dan amar ma'ruf nahi mungkar.³⁸⁷

Dai harus menyadari akan pentingnya gerakan dakwah struktural dilakukan di tengah masyarakat Islam, sehingga tujuan dakwah untuk mewujudkan amar makruf nahi mungkar dalam kehidupan berbangsa dan bernegara akan lebih mudah terlaksana pada akhirnya cita-cita menjadikan Islam sebagai *Rahmatan Lil 'Alamin* akan terwujud di muka bumi. Hubungan tersebut peneliti gambarkan sebagai berikut:

³⁸⁷ Abdullah, *Komplementaritas Dakwah Kultural Dan Struktural* (Medan: Jurnal Pengembangan Masyarakat FDK UIN SU Volume IV, No. 4, tahun 2017), h. 6.

Gambar 18. Hubungan Dakwah Struktural dengan Islam *Rahmatan lil 'Alamin*.



b. Motivasi Dai Terlibat Dalam Pemilihan Walikota Medan tahun 2015

Dari hasil temuan penelitian di atas membuktikan bahwa keterlibatan dai dalam pemilihan Walikota Medan tidak pernah absen menghiasi panggung-panggung kampanye politik. Keberadaan dai sebagai elit agama tidak hanya dilihat ia sebagai seorang tokoh masyarakat maupun tokoh agama, melainkan memiliki banyak wajah (*multy faces*) yang menunjukkan kompleksitas perannya dalam kehidupan sosial politik di tengah-tengah masyarakat secara luas di Kota Medan. Keterlibatan dai di panggung-panggung kampanye politik tersebut dalam rangka melakukan sebuah pencitraan politik untuk kepentingan kandidat-kandidat Walikota Medan. Kegiatan tersebut dilakukan dai sebagai upaya menanamkan kesan positif seorang kandidat yang didukungnya di tengah-tengah masyarakat. Pencitraan tersebut juga dimaksudkan sebagai upaya untuk memengaruhi persepsi, emosi, kesadaran dan perilaku seseorang dan jamaah untuk dapat digiring ke sebuah preferensi, pilihan dan keputusan politik tertentu.

Keterlibatan dai dalam hal ini sama halnya dengan seorang *marketing* sebuah perusahaan yang berupaya menjual suatu produk tertentu dengan melakukan serangkaian strategi dan pendekatan untuk mengenalkan, memotivasi dan menyakinkan para konsumen untuk tertarik dan kemudian membeli produk yang ditawarkan tersebut. Perilaku menjual produk tersebut didasarkan pada harapan dan motif-motif tertentu yang ingin diperoleh baik secara pribadi maupun organisasi. Demikian halnya, keterlibatan dai di panggung pemilihan Walikota Medan juga dilatarbelakangi oleh berbagai kepentingan dan motivasi pribadi

maupun kelompok sehingga perilaku dai ikut ambil bagian untuk memenangkan salah satu kandidat.

Motivasi dipahami sebagai keinginan yang terdapat pada diri seseorang individu yang merangsangnya untuk melakukan tindakan tindakan. Motivasi juga diyakini sebagai pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerjasama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan. Motivasi dai dapat dipahami sebagai keinginan yang muncul dalam diri dai yang merangsangnya melakukan sesuatu yang dianggapnya penting dan baik untuk dirinya maupun lingkungannya, dalam hal ini adalah motivasinya terlibat dalam pemilihan Walikota Medan tahun 2015.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi dai terlibat dalam pemilihan Walikota Medan tahun 2015, dilatarbelakangi oleh: (1). Motif kekuasaan, dan (2). Motif keuntungan pribadi maupun kelompok.

1. Motif kekuasaan

Motif Kekuasaan menjadi salah satu yang melatarbelakangi dai terlibat dalam pemilihan Walikota Medan tahun 2015. Motif kekuasaan tersebut dapat dipahami sebagai dorongan dari diri dai atau sekelompok maupun organisasi untuk mengendalikan orang atau kelompok lainnya. Kebutuhan untuk mengendalikan ini tentunya didasari oleh tujuan tertentu baik tujuan yang bersifat individual maupun organisasi dan tujuan yang bersifat ideal.

Secara ideal, keterlibatan dai di pemilihan Walikota Medan tahun 2015 tersebut bertujuan untuk mewujudkan *amar ma'ruf nahi mungkar* dalam kehidupan masyarakat kota Medan. Menegakkan yang baik (*ma'ruf*) dan mencegah hal-hal yang buruk (*mungkar*) merupakan perintah agama yang wajib dilaksanakan oleh setiap muslim sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya dalam kehidupan pribadi maupun sosial.

Mewujudkan *amar ma'ruf nahi mungkar* menurut pandangan dai di Kota Medan, tidak akan berjalan maksimal jika hal itu sekedar dilakukan dengan pendekatan ceramah atau pidato semata (*dakwah bil lisan*) di tengah umat, karena dakwah tersebut hanya memiliki kekuatan memotivasi dan membimbing umat. Lebih dari itu, dakwah harus memiliki kekuatan dan kekuasaan formal di tengah masyarakat, sehingga dia memiliki daya paksa untuk terciptanya keadaan yang baik dan mencegah sesuatu yang buruk di tengah masyarakat. Sehingga, hal

tersebut menuntut umat terlibat mewujudkan perintantah *amar ma'ruf nahi mungkar* tersebut. Pemikiran tersebut menjadi motivasi bagi dai untuk terjun dan terlibat pada wilayah kekuasaan (politik).

Hal tersebut sebagaimana diungkap ustaz Bustami Manurung, bahwa orientasi dakwah Islam adalah *amar ma'ruf nahi mungkar* menciptakan tatanan kehidupan yang baik dan mencegah praktek-praktek kemungkaran berkembang di tengah masyarakat. Upaya itu akan lebih mudah terwujud jika ada dukungan pemerintah, karena pemerintah yang memiliki kekuatan dan kekuasaan mengatur kehidupan masyarakat. Pada sisi yang lain, jika pengaruh dakwah itu ada di lingkaran pemerintah (pemimpin) maka akan lebih mudah menyampaikan program-program maupun kebijakan yang bersifat keagamaan akan menjadi perhatian dan prioritas pembangunan yang akan dilaksanakan oleh pemerintah.³⁸⁸

Tugas penegakkan *amar ma'ruf nahi mungkar* merupakan sisi penting ajaran Islam yang harus diperhatikan. Sehingga dalam Alquran maupun hadis Nabi dengan jelas dan tegas memerintahkan pemeluknya untuk senantiasa berbuat baik dan menghindari berbuat buruk. Tidak berhenti di situ, Islam juga menganjurkan umatnya untuk menularkan kebaikan itu kepada orang lain dan mencegah kemungkaran terjadi di tengah masyarakat. Dengan demikian, kebaikan dan kemungkaran dalam Islam tidak sekadar diharapkan hadir pada diri individu semata, melainkan juga hadir dalam kehidupan sosial.

Pesan tersebut sebagaimana disebutkan dalam Alquran :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ.

Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.³⁸⁹

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ ۗ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۗ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ.

³⁸⁸ Bustami Manurung, *Sekretaris DPW JBMI Sumatera Utara / dai*, Wawancara, di Medan pada tanggal 29 Oktober 2016.

³⁸⁹ Q.S. Ali Imron/3: 104.

Kamu (umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia, (karena kamu) menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Di antara mereka ada yang beriman, namun kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik.³⁹⁰

وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ أُولَئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ.

Dan orang-orang yang beriman, laki-laki dan perempuan, sebagian mereka menjadi penolong bagi sebagian yang lain. Mereka menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar, melaksanakan salat, menunaikan zakat, dan taat kepada Allah dan Rasul-Nya. Mereka akan diberi rahmat oleh Allah. Sungguh, Allah Mahaperkasa, Mahabijaksana.³⁹¹

Pesan Nabi Muhammad Saw kepada umatnya untuk menegakkan *amar ma'ruf nahi munkar* termuat dalam hadis berikut:

مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيَعِزِّزْهُ بِيَدِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ، وَذَلِكَ أَضْعَفُ الْإِيمَانِ.

Barangsiapa di antara kalian yang melihat *kemungkar-an* maka hendaknya ia merubahnya dengan tangannya, jika ia tidak mampu maka dengan lisannya, jika ia tidak mampu maka dengan hatinya, dan itulah selemah-lemah iman.” (HR. Muslim)

Berkaitan dengan keterangan hadis di atas, Syaikhul Islam Ibnu Taimiyah mengungkapkan:

Sesungguhnya maksud dari hadits ini adalah: Tidak tinggal sesudah batas pengingkaran ini (dengan hati) sesuatu yang dikategorikan sebagai iman sampai seseorang mukmin itu melakukannya, akan tetapi mengingkari dengan hati merupakan batas terakhir dari keimanan, bukanlah maksudnya, bahwa barang siapa yang tidak mengingkari hal itu dia tidak memiliki keimanan sama sekali, oleh karena itu Rasulullah bersabda, “Tidaklah ada sesudah itu”, maka beliau menjadikan orang-orang yang beriman tiga tingkatan, masing-masing di antara mereka telah melakukan keimanan yang wajib atasnya, akan tetapi yang pertama (mengingkari dengan tangan) tatkala ia yang lebih mampu di antara mereka maka yang wajib atasnya lebih sempurna dari apa yang wajib atas yang kedua (mengingkari dengan lisan), dan apa yang wajib atas yang kedua lebih

³⁹⁰ Q.S. Ali Imron/3: 110.

³⁹¹ Q.S. At Taubah/9: 71.

sempurna dari apa yang wajib atas yang terakhir, maka dengan demikian diketahui bahwa manusia bertingkat-tingkat dalam keimanan yang wajib atas mereka sesuai dengan kemampuannya beserta sampainya khitab (perintah) kepada mereka. (Majmu' Fatawa, 7/427).³⁹²

Isyarat hadis Nabi di atas merupakan petunjuk bahwa kemungkaran itu dicegah dan dirubah dengan tangan. Tangan dalam pengertian luas adalah kekuasaan yang dimiliki seseorang, seperti; para penguasa (pemimpin), instansi-instansi yang khusus bertugas menangani masalah ini (kepolisian, kejaksaan, kehakiman, dan sebagainya), maupun orang tua di keluarganya terhadap anak-anaknya. Jika semua institusi di masyarakat sudah memahami semangat mewujudkan *amar ma'ruf nahi mungkar* maka tatanan kehidupan di masyarakat akan menjadi baik, inilah yang diharapkan dari ajaran Islam.

Sejarah dakwah Nabi Muhammad Saw, telah memberikan gambaran bahwa dakwah periode Madinah merupakan periode pembentukan masyarakat Islami, yaitu masyarakat yang menerapkan ajaran dan sistem Islam dalam kehidupannya, meskipun di antara penduduknya terdapat pula mereka yang bukan penganut ajaran Islam. Materi-materi dakwah pada periode ini berkisar tentang masalah-masalah kemasyarakatan dan kenegaraan, dimana ayat-ayat Al Qur'an yang turun pada masa ini juga tidak jauh dari permasalahan tersebut. Tampak bahwa pada periode inilah gerakan dakwah Islam telah menjadi sebuah kekuatan tersendiri dalam tubuh Islam. Pada masa ini metode dakwah tidak lagi terbatas hanya dengan dakwah secara lisan namun juga disertai pula dengan cara unjuk kekuatan dan kekuasaan, jika Islam diganggu oleh pihak-pihak luar. Melalui pengaruh kekuatan dan juga kekuasaan sehingga dakwah tumbuh dengan pesatnya ke berbagai penjuru.³⁹³

Selain motif kekuasaan yang bersifat ideal, keterlibatan dai dalam pemilihan walikota juga didorong oleh motif kekuasaan yang bersifat pribadi. Berdasarkan hasil penelitian tidak ditemukan secara eksplisit bahwa keterlibatan dai dalam mendukung salah satu kandidat walikota didasari motif ingin mendapatkan kekuasaan di lingkaran walikota. Namun dari pengamatan peneliti menunjukkan bahwa keterlibatan dai tersebut sesungguhnya ada keinginan pribadi

³⁹² <https://muslim.or.id/135-amar-maruf-nahi-mungkar-1.html>, diakses pada tanggal 28 Desember 2019.

³⁹³ Ali Mustafa Ya'cub, *Sejarah Dan Metode Dakwah Nabi*, (Jakarta: Pustaka Firdaus, 2000), hal. 76.

mereka jika nantinya kandidat yang dibantu tersebut menang dalam pemilihan seperti keinginan dai untuk dekat dengan walikota dan wakil walikota terpilih dan menjadi bagian dalam lingkaran kekuasaan di Kota Medan, dengan istilah yang biasa digunakan “orang dalam”. Hal ini ditangkap dari isyarat dari beberapa dai yang terlibat.

Kedekatan dengan walikota maupun wakil walikota dianggap sangat penting karena melalui kedekatan tersebut seorang dai mendapatkan legitimasi sebagai orang dalam atau orang yang paling bisa berkomunikasi secara langsung dengan walikota dan wakil walikota maupun pejabat lainnya di Kota Medan. Hal ini tentunya memiliki konsekuensi yang sangat luas. Biasanya dai tersebut memanfaatkan kedekatannya untuk menyampaikan keinginan atau kepentingan berbagai kalangan terutama orang-orang yang memiliki berbagai urusan dengan walikota dan wakil walikota. Istilah yang sering dipakai pada masyarakat umum adalah sebagai pembisik. Sehingga posisi tersebut akan mengangkat harkat dan martabat serta posisi dai ditengah masyarakat luas.

Kedekatan dai dalam lingkaran kekuasaan tersebut juga sangat memengaruhi aktivitas dakwah dai yang bersangkutan. Jika selama ini aktivitas dakwanya dilakukan di mimbar-mimbar masjid atau pada majelis perwiridan maupun pengajian di masyarakat, maka selanjutnya kegiatan dakwahnya sudah bisa masuk ke lingkungan pemerintah Kota Medan seperti di balai kota, rumah dinas, dan berbagai instansi di lingkungan pemerintah Kota Medan yang sebelumnya sangat sulit dai untuk masuk di lingkungan pemerintahan tersebut. Hal ini tentunya akan memberi nilai tambah tersendiri kepada dai berupa materi maupun pengaruh lainnya. Selain itu, manfaat yang ingin diraih dai jika kandidatnya menang dalam pemilihan adalah mendapat posisi yang penting di pemerintahan di kota Medan, seperti yang dialami oleh ustaz Sangkot Saragih yang dipilih menjadi Ketua Badan Amil Zakat Nasional (BAZ) Kota Medan oleh Dzulmi Eldin sebagai Walikota Medan terpilih 2015-2020.

Selain motif kekuasaan yang bersifat pribadi, ada juga motif kekuasaan tersebut bersifat kelompok seperti yang diharapkan oleh banyak partai politik di Kota Medan. Seperti halnya Partai Persatuan Pembangunan (PPP) yang berkeinginan untuk meningkatkan kesejahteraan para guru mengaji, bilal manyit dan penjaga kubur yang masih butuh perhatian pemerintah. Disisi lain jika dekat

Kekuasaan di muka bumi ini merupakan magnet yang mampu menarik semua kelompok untuk memilikinya. Kelompok politik, pengusaha, agamawan, intelektual, dan sebagainya berlomba-lomba untuk memiliki kekuasaan berdasarkan kepentingan masing-masing. Kelompok politik memahami bahwa kekuasaan itu adalah sebuah jabatan di tengah masyarakat yang secara legal diakui oleh Negara dengan seperangkat kewenangan dan kekuasaan untuk bertindak atas nama Negara untuk mengurus masyarakat. Cara memperoleh kekuasaan ditempuh dengan jalan yang berbeda-beda. Bagi Indonesia jalan yang ditempuh untuk memperoleh kekuasaan itu melalui sistem demokrasi yang diwujudkan dalam bentuk pemilihan umum (pemilu). Melalui pemilu tersebut dipilihlah presiden, wakil rakyat, gubernur, bupati dan walikota yang mereka nantinya diberi kewenangan dan kekuasaan secara undang-undang untuk menjalankan kepemimpinan pada tingkatannya masing-masing.

Motif kekuasaan yang mendasari keterlibatan dai di panggung politik kandidat menunjukkan sebuah naluri bangsawan, atau lebih tepatnya peneliti menyebutnya dengan dai berwajah bangsawan. Kata Bangsawan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai raja dan kerabatnya.³⁹⁵ Dalam tradisi kerajaan, raja adalah sosok penguasa suatu daerah yang memiliki kekuasaan mengatur kehidupan rakyat pada daerah tertentu. Raja merupakan sosok yang dihormati dan dipatuhi rakyat, bagi mereka raja adalah simbol keselamatan dan kesejahteraan. Selanjutnya, dalam mengatur dan menjalankan pemerintahan, seorang raja menunjuk kerabat dekat dan orang-orang yang dipercayanya untuk membantunya menjalankan kekuasaan sesuai kepentingan raja.

Istilah tersebut, dimaksudkan sebagai karakter dai yang cenderung dekat dengan kekuasaan dan ingin terlibat dengan kekuasaan tersebut. Kekuasaan dianggap sebagai sebuah sarana yang penting untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu, baik itu tujuan pribadi, kelompok atau masyarakat maupun tujuan dakwah itu sendiri. Karakter ini ditunjukkan dengan aktivitas dai yang dekat dengan kekuasaan, seperti dai yang memiliki hubungan yang baik dengan pejabat eksekutif maupun legislatif. Selain itu, dai juga terlihat aktif dalam kepengurusan Partai Politik atau simpatisan Partai Politik dan mereka juga ikut terlibat menjadi Calon Anggota Legislatif (DPRD atau DPR RI).

³⁹⁵ <https://kbbi.web.id/bangsawan.html>, diakses pada tanggal 21 Februari 2018.

Kesadaran dai di Kota Medan tentang pentingnya kekuasaan tersebut telah mendorong mereka terjun ke dunia politik melalui partai politik yang ada. Sebagian ada yang menempuh jalur tersebut melalui partai politik yang berasaskan Islam seperti Partai Persatuan Pembangunan (PPP) dan Partai Bulan Bintang (PBB), sebagian yang lain mengambil jalur partai nasionalis namun tetap bercorak religius seperti Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Amanat Nasional (PAN), Partai Kebangkitan Bangsa (PKB). Namun tidak sedikit dai yang terlibat aktif di partai-partai Nasionalis seperti Partai Golkar, Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P), Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra), Partai Demokrat dan lain sebagainya. Keterlibatan mereka di partai-partai politik tersebut di dasarkan pada berbagai pertimbangan politik dan kepentingan masing-masing.

Keterlibatan dai di partai politik tersebut turut berkontribusi dalam kehidupan politik di Kota Medan. Banyak dari dai yang terlibat ikut dalam pencalonan sebagai anggota DPRD Kota Medan, DPRD Propinsi Sumatera Utara dan DPR RI pada setiap pemilu legislatif di gelar. Sementara, pada momentum pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Medan mereka juga terlibat aktif terlibat dalam melakukan kegiatan pendidikan, sosialisasi dan pencitraan politik di tengah masyarakat dan khususnya umat Islam untuk memenangkan calon yang didukung oleh partai politik mereka. Sehingga sangat wajar jika terlihat di panggung-panggung pilkada Kota Medan tahun 2015 dai-dai berbeda pilihan dan dukungan politik, mereka saling berlaga pengaruh untuk memenangkan kandidatnya.

Hasil pengamatan peneliti di lapangan membuktikan bahwa dai berwajah bangsawan ini sangat akrab dengan kekuasaan di Kota Medan, baik dalam lingkaran eksekutif (Walita/Wakil Walikota, SKPD di Kota Medan) maupun legislatif (DPRD). Kedekatan ini merupakan bentuk hubungan yang terus terjaga dan dipertahankan sebagai bentuk simbiosis mutualisme satu dengan lainnya. Hal ini menunjukkan posisi dai dan kekuasaan itu di Kota Medan begitu dekat. Sehingga menjadi wajar ketika ada momentum pemilihan kepala daerah di Kota Medan tarik-menarik kepentingan antara dakwah dan politik tidak dapat dihindarkan. Pada satu sisi, secara ideal dai menganggap bahwa kekuasaan itu adalah bagian penting dari dakwah Islam sehingga dakwah harus diarahkan untuk memengaruhi kekuasaan dan bahkan dakwah harus menentukan kekuasaan tersebut. Pada sisi yang lain, para kandidat juga berkepentingan baik itu pasangan Eldin-Ahyar maupun Ramadhan-Eddie untuk menggunakan jaringan dai untuk

memperkuat sosialisasi politik dan pencitraan politik mereka, sebagai upaya menyakinkan masyarakat pemilih bahwa sosok merekalah yang dekat dengan umat Islam dan layak menjadi pemimpin Kota Medan untuk lima tahun kedepan.

2. Motif keuntungan pribadi maupun kelompok

Motivasi untuk mendapatkan keuntungan juga menjadi dasar keterlibatan dai mendukung salah satu kandidat Walikota Medan tahun 2015. Motif ini sudah menjadi hal yang lazim di masyarakat Kota Medan ketika dihadapkan dengan pesta demokrasi pemilihan kepala daerah, sebagaimana ungkapan yang populer di masyarakat Kota Medan bahwa “Tidak ada makan siang yang gratis”, Ungkapan tersebut konon merupakan peribahasa yang berasal dari bangsa Cina. Kalau dimaknai sepintas, menunjukkan betapa kerasnya kehidupan yang harus dijalani seseorang karena segala sesuatunya punya harga dan harga itu harus dibayar sesuai dengan kesepakatan. Demikian halnya hubungan antar manusia terlebih lagi terkait masalah politik, ukurannya biasanya kepentingan dan keuntungan kedua belah pihak.

Sebagaimana telah dijelaskan pada bagian terdahulu bahwa keterlibatan dai di pemilihan Walikota Medan, karena permintaan dari kandidat kepada dai maupun dai yang menawarkan diri baik secara pribadi maupun kelompok kepada kandidat. Biasanya menjelang masa kampanye atau dimasa kampanye para kandidat banyak bersilaturahmi kepada dai-dai yang dianggap memiliki pengaruh di tengah masyarakat, seperti Ketua Majelis Ulama, Ketua-Ketua Ormas Islam (Nahdlatul ‘Ulama, Al Jam’iyatul Washliyah, Muhammadiyah, dan sebagainya), Ketua lembaga-lembaga dakwah dan juga pengasuh pondok pesantren yang ada di kota Medan. Silaturahmi tersebut bertujuan untuk mendapatkan dukungan secara langsung maupun tidak langsung dan kandidat berharap dai-dai tersebut berkenan turut membantu menguatkan citranya di tengah masyarakat secara luas.

Pada sisi yang lain terbukti bahwa tidak sedikit dai dengan kelompok atau organisasinya melakukan silaturahmi politik dengan kandidat dan menawarkan diri sebagai tim sukses maupun relawan dengan tujuan untuk menguatkan sosialisasi dan pencitraan kandidat di tengah kelompoknya maupun jamaahnya serta masyarakat luas sehingga hal itu menjadi kekuatan untuk meraih suara dan memenangkan kandidat di pemilu. Dalam hal itu Seperti organisasi berhimpunnya dai/daiyah, Majelis Zikir, Majelis Taklim, Organisasi Kemasyarakatan, Organisasi

Keagamaan, dan sebagainya secara langsung maupun tidak mereka telah membangun kontrak politik secara tidak tertulis dengan kandidat untuk kepentingan kedua belah pihak.

Adanya kontrak politik antara kandidat dengan dai hal itu menunjukkan bahwa telah terjadi hubungan timbal balik yang menguntungkan kedua belah pihak, pada sisi kandidat akan terbantu dalam kegiatan kampanyenya di tengah masyarakat, seperti yang telah diungkap di atas bahwa kegiatan-kegiatan keagamaan penuh diwarnai oleh kampanye kandidat. Selanjutnya, pada pihak dai akan mendapat keuntungan secara pribadi maupun kelompoknya. Keuntungan tersebut berupa uang jasa, fasilitas maupun janji-janji politik yang bersifat materi dari kandidat kepada dai jika dirinya nanti terpilih menjadi walikota.

Peneliti berpandangan bahwa keterlibatan dai dalam mendukung kandidat Walikota Medan dengan didasari motif mendapat keuntungan secara pribadi maupun kelompok hal itu sama dengan motif pedagang, sehingga berwujud pada karakter pedagang atau wajah pedagang. Mungkin terlalu berani peneliti memberi label tersebut kepada dai yang terlibat langsung dalam kampanye kandidat Walikota Medan tahun 2015. Namun itulah realitas sosial yang ditampilkan dai pada pesta demokrasi tersebut, dan label tersebut bukan hal yang baku, tapi bergerak dinamis tergantung pada motivasi dai ketika terlibat pada momentum politik.

Wajah Pedagang menunjukkan sikap mencari keuntungan semata dalam sebuah situasi yang sedang berlangsung, ukurannya adalah untung atau rugi. Karakter ini dianggap sama dengan sikap oportunist (*Opportunist*), yang dalam kamus *Oxford English Dictionary*, dipahami sebagai: *a person who exploits circumstances to gain immediate advantage rather than being guided by consistent principles or plan* (seseorang yang memanfaatkan situasi untuk mendapatkan keuntungan langsung, tanpa berpegang pada prinsip-prinsip atau rencana yang konsisten). Sedangkan kata oportunist dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan dengan seseorang yang semata-mata hendak mengambil keuntungan untuk diri pribadi dari kesempatan yang ada tanpa berpegang pada suatu prinsip tertentu.

Seseorang yang menganut prinsip oportunist ini akan selalu melihat terlebih dahulu ada atau tidaknya keuntungan yang dapat diperolehnya. Jika ada keuntungan yang akan didapatkannya dalam jangka pendek atau jangka panjang maka dirinya akan ikut ambil bagian dan jika tidak ada keuntungan baginya maka

dia tidak akan ikut ambil bagian dalam situasi tertentu. Untuk mendapatkan keuntungan bagi dirinya, prinsip-prinsip tentang baik atau buruk, benar atau salah itu sudah tidak lagi menjadi ukuran. Bahkan perilaku yang dilakukannya itu mampu di justifikasi menjadi sebuah hal yang baik dan benar. Keuntungan yang dimaksudkan itu adalah berupa materi, baik uang maupun fasilitas lainnya.

Wajah-wajah pedagang dalam pilkada Kota Medan tentunya dapat dilihat dan sangat jelas pada masa-masa kampanye pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Medan tahun 2015. Kelompok ini hadir menghiasi panggung-panggung politik salah satu calon walikota maupun wakil walikota, keberadaannya tentunya menjadi simbol maupun legitimasi dukungan umat terhadap suatu pasangan calon. Kehadiran mereka dipanggung-panggung politik itu dikarenakan adanya kontrak politik dengan kandidat, undangan khusus dari kandidat atau mereka telah menjadi bagian dari tim sukses maupun relawan pemengangan salah satu kandidat. Kehadiran mereka disana tentunya karena ada sesuatu keuntungan yang bakal mereka peroleh.

Fenomena keterlibatan dai dan motif keterlibatannya (sebagai bangsawan atau pedagang) pada pemilihan kepala daerah di Kota Medan tahun 2015 dapat dikatakan sebuah pertunjukan sandiwara di panggung politik yang telah dimainkan dai dengan melibatkan umat atau jamaahnya. Berdasarkan teori dramaturgi yang diungkap oleh Erving Goffman, memandang bahwa kehidupan manusia diibaratkan sebagai sebuah panggung sandiwara. Dalam hal ini dai sebagai elit agama dan aktor utama yang berusaha untuk menampilkan pertunjukan dan berusaha menunjukkan kesan yang berbeda-beda, kesan yang baru yang bernuansa politik. Apa yang diperbuat dan tampak dipermukaan belum tentu hal itu sama dengan yang sesungguhnya, hal ini disebabkan oleh kepentingan-kepentingan tertentu yang ingin diperoleh. Erving Goffman membagi kehidupan manusia dengan istilah panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*).

Peneliti menganggap bahwa teori dramaturgi merupakan pendekatan yang sangat tepat untuk menggambarkan tindakan dai ketika terlibat untuk mendukung salah satu kandidat pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015. Wajah-wajah dai yang ditampilkan ketika kampanye tampak dipermukaan (*front stage*) belum tentu hal itu sama dengan yang sesungguhnya (*back stage*). Kegiatan-kegiatan keagamaan yang dilaksanakan oleh dai, pesan-pesan politik

yang disampaikan, dan media-media yang digunakan sedemikian rupa merupakan panggung depan (*front stage*) yang bertujuan untuk mempersuasi jamaah sehingga turut larut dalam menyaksikan keindahan sandiwara politik yang ditampilkan. Sementara itu, Motif-motif yang mendasari keterlibatan dan tindakan dai merupakan panggung belakang (*back stage*) yang tidak tampak oleh orang lain dan itu menjadi kekuatan pendorong bagi dai untuk melakukan tindakan-tindakan politik.

Pernyataan penulis tentang hal tersebut di atas mungkin terlalu berani dalam memberi label yang terkesan negatif (wajah bangsawan dan wajah pedagang) kepada dai yang terlibat dalam mendukung kandidat kepala daerah di Kota Medan tahun 2015, namun peneliti melihat hal itu sebagai realitas yang terjadi pada masa sekarang.

c. Strategi Dai Membangun Pencitraan Kandidat.

1. Strategi Dai Merawat Ketokohan Kandidat.

Di setiap ajang pesta demokrasi baik dalam pemilihan presiden, anggota legislatif, gubernur maupun kepala daerah, popularitas ketokohan kandidat sangat penting, hal tersebut untuk menentukan penilaian publik atau masyarakat terhadap kandidat tersebut. Masyarakat tentunya akan mendukung kandidat yang populer bagi mereka, dan sebaliknya masyarakat akan meninggalkan kandidat-kandidat yang kurang dikenal sosoknya di masyarakat. Oleh karena itu, dalam ajang pesta demokrasi tersebut setiap kandidat harus berupaya merawat ketokohnya di masyarakat, agar citra positif terhadap dirinya akan terbangun, dengan begitu masyarakat akan menaruh kepercayaan terhadap dirinya dan siap mendukung dan memilihnya pada saat pemilihan.

Dalam upaya merawat ketokohan kandidat ini, tentunya tidak bisa dilakukan oleh kandidat itu sendiri. Akan tetapi memerlukan bantuan dari tokoh-tokoh lain yang dapat dipercaya oleh masyarakat, di antaranya adalah para dai. Keberadaan dai dalam ajang demokrasi amatlah penting, karena keberadaannya dapat mendukung dalam membangun pencitraan kandidat, juga sekaligus merawat ketokohan kandidat di mata masyarakat. Begitu pulalah dalam pilkada Kota Medan tahun 2015 yang lalu, para dai dari masing-masing kandidat berusaha merawat ketokohan kandidat di mata masyarakat, agar terbangun citra positif. Berbagai strategi dilakukan oleh para dai dalam rangka merawat ketokohan dari

masing-masing kandidat. Mereka tidak ingin kandidatnya memperoleh citra negatif dari masyarakat Kota Medan sehingga tidak mau mendukungnya.

Berdasarkan hasil temuan penelitian di atas, bahwa untuk merawat ketokohan kandidat pada Pilkada Kota Medan tahun 2015, para dai masing-masing kandidat menerapkan strategi yang hampir sama yaitu : (1) Menghadirkan kandidat pada kegiatan-kegiatan keagamaan yang dilakukan dai seperti dalam kegiatan pengajian, tabligh akbar, dan sebagainya, (2) Mendampingi kandidat dalam berbagai kegiatan sosial keagamaan, (3) Ikut serta tampil di panggung kampanye politik kandidat, dan (4) Memberikan pemahaman kepada masyarakat terkait visi dan misi dari kandidat.

Dai sebagai seorang komunikator politik pada dirinya setidaknya terdapat tiga syarat yang harus dimiliki, sehingga dengan itu dirinya akan mampu melakukan proses pencitraan politik terhadap kandidat yang didukungnya di tengah jamaah atau umat Islam. Tiga syarat tersebut adalah: (1) Tingkat kepercayaan orang lain kepada dirinya (*kredibilitas*), (2) Daya tarik (*attractive*), (3) Kekuatan (*power*).³⁹⁶

Berdasarkan keterangan yang diperoleh, dai menunjukkan sosok yang memiliki kredibilitas yang baik di mata umat dan secara khusus bagi jamaahnya. Kredibilitas tersebut berhubungan dengan kemampuan yang dimilikinya seperti keterampilan berkomunikasi (*communication skill*), pengetahuan yang luas tentang ilmu-ilmu agama dan pengetahuan umum (*knowledge*), menunjukkan sikap jujur dan bersahabat (*attitude*), serta mampu beradaptasi dengan sistem sosial budaya (*sosial and cultural system*) masyarakat yang dihadapi. Kredibilitas dai di Kota Medan dapat diukur dengan jadwal kegiatan keagamaan yang dilakukannya di tengah masyarakat luas, seperti aktif mengisi kegiatan pengajian, peringatan hari besar Islam, khutbah jumat dan acara keagamaan lainnya. Semakin padat jadwal kegiatan dimaksud diikuti oleh dai maka semakin tinggi tingkat kepercayaan (kredibilitas) masyarakat kepada dai tersebut.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari beberapa sumber menunjukkan bahwa dai yang terjun pada pemilihan Walikota Medan merupakan dai yang memiliki jadwal kegiatan keagamaan yang tinggi di tengah masyarakat Kota Medan. Hal itu juga dibuktikan dengan adanya jadwal pengajian tetap atau rutin

³⁹⁶ Arifin, *Politik Pencitraan*, h. 295.

yang diikuti dai di beberapa kelompok pengajian atau masjid dan mushola setiap minggunya di Kota Medan. Kegiatan tersebut juga terus berlangsung pasca pemilihan Walikota Medan tahun 2015, hal tersebut menunjukkan bahwa kredibilitas dai di mata jamaahnya tetap terjaga dengan baik meskipun di masa kampanye pemilihan Walikota tersebut mereka aktif terlibat kegiatan kampanye untuk memenangkan salah satu kandidat.

Selain itu kredibilitas yang baik, dai yang terlibat juga memiliki daya tarik dan kekuatan tersendiri untuk memengaruhi opini dan menggerakkan perilaku umat islam khususnya jamaahnya untuk memilih kandidat yang direstui atau didukung oleh dai. Bagi kandidat sendiri tentu mereka berupaya untuk mengajak dan menyakinkan dai-dai yang memiliki pengaruh besar di tengah umat Islam atau jamaahnya untuk bergabung menjadi tim kampanye atau tim relawan pemenangan. Sehingga dengan keterlibatan dai-dai yang memiliki pengaruh tersebut tentu akan meningkatkan citra kandidat di mata umat Islam.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa dai-dai di Kota Medan adalah sosok yang dipercaya oleh masyarakat khususnya umat Islam. Kepercayaan terhadap dai itu lahir dikarena dai dianggap sosok yang memahami ajaran agama dengan baik, jujur dan dapat dipercaya dalam mendampingi umat menjalankan ajaran Islam sesuai dengan ketentuannya. Ketokohan seorang dai di Kota Medan dapat diukur dengan peran dan aktivitasnya dalam kegiatan dakwah yang dilakukannya. Semakin banyak peran-peran sosial keagamaan yang dilakukan seperti aktif dalam mengisi acara keagamaan maka dai tersebut semakin baik ketokohnya di mata umat, dan sebaliknya jika seorang dai tidak memiliki peran dalam kegiatan sosial keagamaan maka dai tersebut dianggap belum tokoh dan belum memiliki pengaruh yang luas di tengah umat Islam di Kota Medan.

Ketokohan yang dimiliki dai tersebut kemudian digunakan untuk memengaruhi masyarakat atau umat Islam khususnya dalam pemilihan Walikota Medan tahun 2015. Dalam hal ini dai berupaya memanfaatkan hubungan kedekatannya dengan umat Islam melalui majelis-majelis pengajian atau perwiridan yang dipimpinnya untuk melakukan komunikasi politik dalam rangka membangun pencitraan kandidat di tengah umat Islam tersebut. Pencitraan tersebut sebagai upaya untuk menguatkan ketokohan kandidat di tengah jamaah maupun umat Islam.

Sebagaimana telah diungkap pada hasil penelitian di atas bahwa dai berupaya untuk membangun pencitraan politik kandidat di tengah umat, hal itu dilakukan dengan cara membangun hubungan kedekatan antara kandidat dengan jamaahnya maupun umat Islam secara luas di Kota Medan. Kedekatan yang dibangun dai dilakukan dengan menghadirkan kandidat pada kegiatan-kegiatan keagamaan yang dilakukan oleh dai. Selain itu, dai juga turut mendampingi kandidat dalam berbagai kegiatan sosial keagamaan maupun juga ikut tampil di panggung-panggung kampanye politik kandidat dan turut menyampaikan visi dan misi kandidat yang didukungnya, hal itu merupakan sebuah bentuk legitimasi moral kepada kandidat di mata masyarakat khususnya umat Islam bahwa kandidat tersebut adalah sosok calon pemimpin yang baik dan layak untuk dipilih oleh umat Islam di Kota Medan. Dalam hal ini dai meyakini bahwa hubungan kedekatan antara kandidat dengan umat Islam suatu hal yang sangat penting dilakukan secara intensif dengan tujuan untuk menumbuhkan rasa empati dan simpati jamaah atau umat Islam kepada kandidatnya. Kegiatan tersebut peneliti memahaminya sebagai bentuk silaturahmi politik.

Silaturahmi politik merupakan bentuk komunikasi yang diajarkan oleh Rasulullah Muhammad Saw sebagai upaya menjalin hubungan yang baik antara sesama umat manusia khususnya umat Islam. Hal ini sebagaimana pesan yang telah disebutkan dalam ayat berikut:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا.

Wahai manusia! Bertakwalah kepada Tuhanmu yang telah menciptakan kamu dari diri yang satu (Adam), dan (Allah) menciptakan pasangannya (Hawa) dari (diri)-nya; dan dari keduanya Allah memperkembangbiakkan laki-laki dan perempuan yang banyak. Bertakwalah kepada Allah yang dengan nama-Nya kamu saling meminta, dan (peliharalah) hubungan kekeluargaan. Sesungguhnya Allah selalu menjaga dan mengawasimu.³⁹⁷

Pada ayat yang lain juga telah dijelaskan dalam Al Qur'an tentang pentingnya silaturahmi, dan kaitannya dengan politik. Sebagaimana pesan yang disebutkan pada ayat berikut:

³⁹⁷ Q.S. An Nisa/4: 1.

فَهَلْ عَسَيْتُمْ إِنْ تَوَلَّيْتُمْ أَنْ تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ وَتُقَطِّعُوا أَرْحَامَكُمْ.

Maka apakah sekiranya kamu berkuasa, kamu akan berbuat kerusakan di bumi dan memutuskan hubungan kekeluargaan?.³⁹⁸

Pentingnya silaturahmi juga banyak disebutkan dalam hadis Nabi Muhammad Saw diantaranya "Dari Anas bin Malik ra berkata: bahwa Rasulullah Saw. bersabda: "Bagi siapa yang ingin dilapangkan rizkinya dan dipanjangkan umurnya, maka hendaklah ia menjalin hubungan silaturrahim." (HR. Muttafaq Alaih). Semakin sering silaturahmi dilakukan maka semakin banyak rezeki yang diperoleh dan umur juga akan bertambah, secara politik ini dapat ditafsirkan bahwa semakin sering seorang kandidat itu hadir di tengah umat maka semakin bertambah dukungannya dan semakin bertambah keyakinannya meraih kemenangan dalam politik.

Kegiatan silaturahmi politik sebagaimana diungkap dari hasil wawancara diatas menunjukkan intensitas yang tinggi dilakukan oleh kandidat bersama dai, kegiatan tersebut dibungkus dengan kegiatan yang bernuansa keagamaan (religius) seperti pengajian, perwiridan, tablig akbar, zikir akbar, shalawat, yasin 41 dan lain sebagainya. Volume kegiatan yang dilakukan tersebut tentunya akan semakin menguatkan pencitraan seorang kandidat di tengah umat Islam, karena dalam pertemuan tersebut setidaknya umat Islam atau jamaah yang hadir pada acara pertemuan tersebut dapat mengenal lebih dekat calon kandidat walikota dan wakil walikota, mengetahui visi dan misi mereka serta program yang akan dilaksanakan nantinya ketika mereka pilih. Pada sisi yang lain hal itu merupakan media bagi umat Islam untuk menyampaikan berbagai masalah yang dihadapi serta harapan jika nanti calon kandidat tersebut terpilih menjadi pemimpin Kota Medan.

Secara ideal visi dan misi serta program kerja yang dirumuskan oleh Kandidat Walikota dan Wakil Walikota Medan periode 2015-2020 hal itu merupakan tolak ukur tentang arah pembangunan Kota Medan untuk periode lima tahun ke depan. Namun sangat disayangkan, para dai yang terlibat sebagai perpanjangan lisan kandidat walikota dan wakil walikota tersebut sedikit sekali mereka yang mengetahui dan memahami visi dan misi serta program kerja yang di

³⁹⁸ Q.S. Muhammad/47: 22.

rumuskan oleh kandidat yang didukungnya. Hal itu menyebabkan pengetahuan dan pemahaman umat Islam tentang kandidat tidak seutuhnya dipahami dengan baik, padahal visi dan misi serta program kerja kandidat itu dapat dijadikan daya tarik tersendiri untuk memengaruhi masyarakat Kota Medan yang rasional dan cerdas serta aktif menilai calon-calon pemimpinnya.

Selanjutnya, untuk menumbuhkan daya tarik kandidat terhadap masyarakat khususnya umat Islam ditunjukkan dengan sikap peduli terhadap dakwah dan umat Islam. dalam hal ini dai-dai yang terlibat sebagai agent kandidat telah berupaya meyakinkan komunitasnya maupun jamaahnya dengan berbagai bentuk kegiatan keagamaan yang semua itu di sponsori oleh kandidat, seperti bentuk pemberian bantuan materi, bingkisan maupun cendramata maupun fasilitas lainnya. Daya tarik kandidat lainnya dikemas dengan kegiatan safari subuh berjamaah yang dilakukan oleh Eldin-Akhyar dan hal itu selalu didampingi oleh dai, hal itu dikemas dengan baik oleh dai ketika berada di tengah jamaahnya dan menjadi salah satu daya tarik secara religius bahwa kandidat Eldin-Akhyar adalah sosok calon pemimpin yang soleh.

Daya tarik kandidat ditunjukkan juga dengan penampilan kandidat yang tampak sederhana, merakyat dan terkesan religius. Kedua pasangan terlihat dalam baliho, spanduk, brosur maupun foto di lembar kerjas suara menampilkan pakaian berwarna serba putih, kopiah hitam dan tampak pada Ramadhan Pohan mengenakan sal (selendang) yang biasa digunakan oleh kyai, syaih atau ustaz sementara wakilnya memakai ulos khas batak. Bentuk penampilan yang ditunjukkan tersebut merupakan pendekatan tersendiri untuk memberi kesan kepada masyarakat dan umat Islam khususnya, bahwa mereka merupakan calon pemimpin yang penuh dengan kesederhanaan dan bersahaja sereta karakternya bersih dan religius.

Secara umum ketokohan kandidat yang dikemas oleh dai masih menunjukkan pendekatan-pendekatan tradisional yang mengidentifikasi kandidat tersebut berdasarkan latar belakang agama, suku dan ras. Hal itu yang kemudian menjadikan polarisasi di tengah masyarakat khususnya umat Islam dengan isu tersebut kemudian menjadi keuntungan yang sangat signifikan terhadap pasangan Eldin-Akhyar sebagai kandidat yang mayoritas mendapat dukungan dari dai-dai di Kota Medan, hal itu karena pasangan keduanya adalah Islam-Islam. Sementara

Ramadhan Pohan-Eddie Kusuma sebagai pihak yang kurang mendapat dukungan dari dai-dai Kota Medan disebabkan latar belakang agama, suku dan ras yang berbeda diantara keduanya. Sementara, Visi dan misi serta program kerja yang ditawarkan menjadi tidak penting dalam perhatian masyarakat khususnya umat Islam karena disebabkan oleh sebagian besar dianggap sebagai sebuah janji kosong belaka dan pada sisi yang lain dai tidak tertarik untuk mengungkap hal tersebut disebabkan ketidaktahuan mereka tentang visi dan misi serta program kerja kandidat yang mereka dukung.

Kasus pilkada di Kota Medan tahun 2015 ternyata tidak dapat disamakan dengan kasus pilkada di DKI Jakarta yang ketika itu terdapat dua kontestan yang masuk putaran kedua yaitu pasangan Joko Widodo-Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) dengan Fauzi Wibowo-Nachrowi Ramli. Pasangan Jokowi-Ahok adalah pasangan pelangi yaitu Islam-Kristen yang keduanya bukan putra daerah, sedangkan Fauzi Bowo-Nachrowi adalah pasangan Islam-Islam, yang keduanya adalah putra daerah dan merupakan calon *incumben*. Hasil pilkada Jakarta tahun 2012 tersebut dimenangkan oleh pasangan Jokowi-Ahok. Sementara di pilkada Kota Medan pasangan Ramadhan Pohan-Eddie Kusuma kalah jauh dari Pasangan Eldin-Akhyar. Dilain pihak tingkat partisipasi pemilih jauh berbeda, untuk DKI Jakarta tingkat partisipasi masyarakat sangat tinggi sementara untuk kasus pilkada Kota Medan tingkat partisipasi sangat rendah.

Strategi merawat ketokohan kandidat yang dilakukan oleh para dai di atas, pada dasarnya dalam upaya membangun citra dan hubungan yang baik antara kandidat dengan masyarakat calon pemilih. Strategi yang dilakukan dai dalam membangun ketokohan kandidat dapat dikatakan efektif, namun hal tersebut masih mampu menjangkau wilayah kecil umat Islam Kota Medan yaitu jamaah perwiridan dan pengajian yang secara aktif bersentuhan dengan dai. Peneliti menyimpulkan bahwa kekuasaan dan kekuatan politik dai Kota Medan masih terbatas pada wilayah pengajian maupun perwiridan yang ada di Kota Medan. Sementara itu jumlah umat Islam yang aktif dalam kegiatan pengajian maupun perwiridan tersebut jauh lebih kecil jika dibandingkan dengan jumlah umat Islam yang memiliki hak pilih pada pilkada Kota Medan.

Ketokohan kandidat pada pemilihan Walikota Medan tahun 2015 juga turut dipengaruhi oleh ketokohan dai meskipun pengaruh dai hanya terbatas pada wilayah kecil yaitu jamaahnya, namun hal tersebut telah membuktikan bahwa dai

termasuk kelompok elit di tengah masyarakat. dari hasil temuan penelitian di atas membuktikan bahwa dai di Kota Medan dapat dikatakan sebagai elit agama (*religious elite*) sebagaimana yang diungkap oleh Vilfredo Pareto tentang Teori Elit yang diungkapkannya. Teori elit tersebut memberikan justifikasi bahwa dai merupakan elit agama (*relegius elite*) dalam dalam masyarakat terlebih lagi bagi jamaahnya. Dai masih menunjukkan posisinya yang tinggi, dihormati dan dipatuhi oleh jamaahnya tidak hanya urusan yang berhubungan dengan agama semata, namun termasuk dalam urusan politik juga para dai masih menjadi rujukan bagi jamaahnya. Sehingga dai disebut sebagai *religious elite* yang berposisi sebagai *non governing elite*, yang ikut terlibat baik aktif maupun pasif dalam perebutan kekuasaan politik di tingkat lokal.

2. Strategi Mengemas Pesan Politik.

Pesan atau *message* merupakan salah satu unsur dalam sistem komunikasi. Keberadaannya juga sangat menentukan keberhasilan sebuah proses komunikasi sama halnya juga unsur-unsur yang lain seperti komunikator, komunikan, saluran, dan efek. Sama halnya dengan materi dakwah (*maddah*) yang juga merupakan salah satu unsur dalam dakwah, juga sangat mempengaruhi terhadap keberhasilan sebuah proses dakwah. Ketiadaan, kesalahan dan ketidakjelasan dalam pesan atau materi dakwah tentunya akan berpengaruh keefektifan proses komunikasi dan dakwah.

Dalam konteks komunikasi, ada dua bentuk pesan yaitu (1) pesan verbal, yakni pesan-pesan yang disampaikan melalui lambang-lambang bahasa yaitu seperangkat kata-kata yang telah tersusun secara terstruktur sehingga menjadi himpunan kalimat yang mengandung arti, (2) pesan nonverbal, yakni pesan-pesan yang disampaikan melalui isyarat, baik melalui gerakan tubuh (*kinesik*), gerakan mata (*eye gaze*), sentuhan (*touching*), tekanan atau irama suara (*paralanguage*), kedekatan (*proksemik*), maupun juga aksesoris yang digunakan (*artifaktual*).

Pengemasan pesan verbal dan nonverbal di atas dalam proses komunikasi harus dilakukan secara baik dan tepat, tujuannya agar komunikasi yang dilakukan berjalan secara efektif yakni tidak terjadinya perbedaan makna antara yang disampaikan komunikator dengan yang ditangkap oleh komunikan. Dengan begitu pesan-pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan dapat

menimbulkan pengaruh kognitif (pengetahuan), afektif (sikap), dan konatif (perilaku) terhadap komunikan.

Berdasarkan hasil temuan penelitian di atas, bahwa untuk membangun pencitraan kandidat pada Pilkada kota Medan tahun 2015, para dai masing-masing kandidat telah melakukan berbagai strategi mengemas pesan-pesan politiknya baik pesan verbal maupun nonverbal, agar mendapat dukungan dari masyarakat. Strategi pengemasan pesan politik tersebut yakni dengan: (1) Mengangkat isu-isu politik yang sedang berkembang di masyarakat sesuai dengan daerahnya masing-masing (2) Menyampaikan keunggulan visi dan misi masing-masing kandidat, (3) Menyampaikan keunggulan figur masing-masing kandidat (termasuk terkait dengan suku, agama, ras, dan antar golongan) dan (4) Membuat slogan-slogan kampanye yang dapat menarik masyarakat.

Bila dianalisis secara lebih mendalam terkait penyusunan atau pengemasan pesan-pesan politik pada pilkada Kota Medan tahun 2015 di atas, pada dasarnya ada dua model penyusunan atau pengemasan pesan yaitu *pertama*, model penyusunan atau pengemasan pesan yang bersifat informatif, dan *kedua*, model penyusunan atau pengemasan pesan yang bersifat persuasif.

Penyusunan atau pengemasan pesan politik yang bersifat informatif dari para kandidat pada pilkada kota Medan 2015, lebih ditujukan pada memberikan wawasan yang luas kepada khalayak atau masyarakat dengan memberikan berbagai macam informasi terkait dengan isu-isu politik yang sedang berkembang di kota Medan, potensi kota Medan masing-masing kecamatan, visi dan misi yang akan dilaksanakan untuk membangun Kota Medan, keunggulan figur masing-masing kandidat, dan slogan-slogan kampanye yang digunakan.

Sedangkan penyusunan atau pengemasan pesan politik yang bersifat persuasif dari masing-masing kandidat Walikota dan Wakil Walikota Medan tahun 2015, pada dasarnya memiliki tujuan untuk mengubah persepsi, sikap dan pendapat khalayak atau masyarakat Kota Medan agar mau mendukung dan memilih mereka pada saat hari pemilihan.

Model penyusunan atau pengemasan pesan yang bersifat persuasif ini menurut Hafied Canggara dalam dilakukan dengan beberapa cara.³⁹⁹

³⁹⁹ Canggara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h. 131-132.

1. *Fear appeal* yakni cara penyusunan atau pengemasan pesan dengan menimbulkan rasa ketakutan kepada khalayak.
2. *Emotional appeal* yakni cara penyusunan atau pengemasan pesan dengan berusaha menggugah emosional khalayak, misalnya dengan mengungkap masalah suku, agama, kesenjangan ekonomi, diskriminasi, dan sebagainya.
3. *Reward appeal* yaitu cara penyusunan atau pengemasan pesan dengan menawarkan janji-janji kepada khalayak.
4. *Motivational appeal* yaitu cara penyusunan atau pengemasan pesan yang dibuat bukan karena janji-janji, tetapi disusun untuk menumbuhkan internal psikologis khalayak sehingga mereka dapat mengikuti pesan-pesan itu. Misalnya menumbuhkan rasa nasionalisme atau gerakan memakai produk dalam negeri.
5. *Humoris appeal* yaitu cara penyusunan dan pengemasan pesan yang disertai dengan humor, sehingga dalam penerimaan pesan khalayak tidak merasa jenuh.

Merujuk pendapat di atas maka strategi mengemas pesan politik yang dilakukan para dai dalam membangun pencitraan masing-masing kandidat pada pilkada kota Medan 2015, dengan model yang bersifat persuasif yakni dengan menggunakan cara: (1) *Fear appeal* yakni dengan cara membangkitkan rasa takut atau hal-hal negatif yang terjadi pada masyarakat khususnya masyarakat Kota Medan apabila lawan politiknya yang menang, (2) *Emotional appeal*, yakni dengan cara menyinggung suku dan agama salah seorang calon, maka lahir slogan “pilih yang seakidah”, dan (3) *Reward appeal* yakni dengan cara memberikan janji-janji politik kepada masyarakat Kota Medan apabila mereka menang.

Bila dihubungkan dengan teori pencitraan politik, sesungguhnya pesan-pesan politik yang disampaikan kepada khalayak atau masyarakat dapat mendukung dalam upaya membangun citra kandidat dalam dunia politik. Oleh karenanya, diperlukan strategi yang tepat dalam mengemas dan menata pesan politik. Penataan dan pengemas pesan politik yang baik tentu hal tersebut akan dapat mempersuasi atau memengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku khalayak.

Berdasarkan teori yang telah diungkapkan terdahulu, menunjukkan bahwa dai telah berhasil mempersuasi umat Islam dan terkhusus jamaahnya dalam

membangun opini mereka tentang citra kandidat melalui pesan-pesan politik yang disampaikan. Namun dalam hal ini masih perlu dikaitkan dengan etika komunikasi dai dalam penyampaian pesan-pesan politik tersebut. Pembahasan terkait hal itu akan diungkapkan pada bahagian berikutnya.

3. Strategi Memilih Media Pencitraan Politik.

Dalam proses komunikasi maupun dakwah, media merupakan saluran yang digunakan komunikator atau dai untuk menyampaikan pesan kepada komunikan atau *mad'u*. Keberadaan media dalam proses komunikasi dan dakwah, juga sangat penting, karena media merupakan perpanjangan alat indera manusia dalam berkomunikasi atau berdakwah, dan juga merupakan salah satu bagian dari sistem komunikasi selain komunikator, komunikan, pesan, dan umpan balik (*feedback*).

Oleh karena itu, dalam proses komunikasi dan dakwah penggunaan media tidak dapat dilepaskan. Begitu juga, dalam membangun pencitraan kandidat pada Pilkada Kota Medan tahun 2015, maka keberadaan dai yang terlibat langsung dengan pilkada tersebut harus memiliki strategi dalam memilih media pencitraan politik tersebut. Berdasarkan hasil temuan penelitian ini, bahwa untuk membangun pencitraan kandidat pada Pilkada Kota Medan, para dai memiliki strategi memilih media pencitraan politik yaitu: (1) Melakukan komunikasi secara langsung baik secara *face to face* maupun secara kelompok, baik menggunakan media seperti *handphone* maupun langsung secara tatap muka. Media ini digunakan umumnya dalam kegiatan kampanye secara sembunyi-sembunyi untuk kalangan terbatas seperti kepada keluarga, teman, anggota majelis taklim, dan rekan-rekan dai. (2) Menggunakan media cetak terutama koran, blutim jumat dan (3) Memanfaatkan media online seperti *website*, *whatsApp* dan facebook. Kedua media terakhir ini digunakan dalam kegiatan kampanye secara terbuka.

Media yang digunakan dai untuk membangun pencitraan kandidat lebih dominan menggunakan media komunikasi langsung (komunikasi interpersonal), secara *face to face* maupun secara kelompok. Hal tersebut dilakukan oleh dai secara pribadi maupun bersama dengan kandidat melakukan silaturahmi politik di berbagai perwiridan, pengajian, dan acara hari besar islam maupun acara tabligh akbar dan sebagainya. Melalui media tersebut dai berupaya mengungkap hal-hal yang lebih pada diri kandidat, komitmen untuk membangun Kota medan,

pengalamannya memimpin dan lain sebagainya yang kesemuanya itu upaya untuk membangun dan menguatkan citra kandidat di tengah jamaahnya.

Berbagai media yang digunakan para dai di atas, pada hakikatnya hanya sekedar sarana yang digunakan untuk membangun pencitraan terhadap masing-masing kandidat. Dengan harapan khalayak atau calon pemilih akan memiliki citra positif terhadap calon, dan pada akhirnya mau memilih kandidat tersebut pada saat hari pemilihan. Oleh karena media hanya sekedar sarana, dengan demikian, tidak ada satu media pun yang dianggap paling efektif untuk dijadikan sebagai sarana membangun pencitraan masing-masing kandidat. Masing-masing media memiliki kelebihan dan kelemahan. *handphone* dan media sosial, merupakan media komunikasi moderen yang praktis dan canggih. Namun dalam sebuah proses komunikasi tidak dapat diketahui secara langsung bagaimana *feedback* dari komunikan. Begitu juga dengan media cetak, walaupun bica dibaca berulang-ulang, akan tetapi selain *feedbacknya* tidak langsung, juga bila tulisan yang dimuat di media cetak tersebut, kurang dan tidak menarik pembaca maka akan media tersebut ditinggalkan pembacanya. Begitupun dengan penggunaan bahasa dalam komunikasi secara langsung, walaupun *feedbacknya* akan dilihat secara langsung, namun bila pesan yang disampaikan tidak dikemas secara baik, maka akan memunculkan prasangka yang kurang baik dari komunikan. Pada akhirnya akan melahirkan mis-komunikasi.

Dengan demikian, bila dihubungkan dengan teori pencitraan politik, sesungguhnya media merupakan salah satu sarana yang dapat mendukung dalam upaya melakukan pencitraan dalam dunia politik. Oleh karenanya, diperlukan kejelian dan strategi yang tepat dalam memilih media yang dapat digunakan untuk membangun pencitraan politik tersebut. Pemilihan media komunikasi secara langsung melalui *handphone* dan tatap muka langsung, melalui media cetak, dan melalui media sosial yang dipilih oleh para dai pada saat pemilihan walikota dan wakil walikota Medan tahun 2015, pada dasarnya merupakan salah satu strategi untuk membangun pencitraan masing-masing kandidat khususnya kepada masyarakat kota Medan. Agar masyarakat kota Medan memiliki citra positif terhadap kandidat, yang pada akhirnya mau mendukung dan memilih kandidat tersebut pada saat hari pemilihan kandidat.

Berdasarkan uraian di atas, analisa peneliti menunjukkan bahwa keterlibatan dai secara umum telah memberikan pengaruh signifikan dalam membangun pencitraan kandidat di tengah umat Islam, terkhusus pada jamaahnya. Meskipun dai yang terlibat dalam mendukung kandidat Walikota dan Wakil Walikota Medan tahun 2015 belum mampu menyakinkan umat Islam secara luas di Kota Medan untuk terlibat aktif dan memilih calon kandidat Walikota Medan tahun 2015 sesuai dengan keinginan dai, hal tersebut terbukti dengan rendahnya tingkat partisipasi umat Islam pada pilkada Kota Medan tahun 2015. Namun, penting untuk diketahui bahwa dai telah berhasil membangun pencitraan kandidat pada wilayah kekuasaannya yaitu jamaah perwiridan atau pengajian yang dibinanya secara rutin. Diketahui bahwa umat Islam yang terlibat aktif dalam kegiatan perwiridan maupun pengajian jumlahnya masih sangat sedikit jika dibandingkan dengan jumlah umat Islam yang memiliki hak pilih pada pilkada Kota Medan.

Berdasarkan temuan penelitian tersebut di atas, menunjukkan bahwa dai-dai di Kota Medan belum dapat dianggap sebagai tokoh sentral di tengah umat Islam yang keberadaannya mendapat legitimasi umat Islam secara luas. Pengaruh dai di Kota Medan masih sangat terbatas pada wilayah kecil yaitu kelompok-kelompok kecil di masyarakat seperti perwiridan maupun pengajian yang dibina dai secara khusus dan rutin. Keberadaan dai di Kota Medan mungkin berbeda dengan dai-dai di daerah lain yang memiliki legitimasi dan pengaruh yang kuat di tengah umat Islam, seperti halnya beberapa daerah di Pulau Jawa yang memiliki tradisi serta hubungan keagamaan yang berbeda antara dai dengan umat Islam. Hal tersebut telah diungkap dari beberapa hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa pengaruh dai sangat signifikan dalam memengaruhi perilaku politik umat Islam.

d. Etika Pencitraan Politik

Berpolitik itu merupakan kegiatan berkomunikasi, karena pada dasarnya politik adalah aktivitas berbicara (*political is talking*) untuk mewujudkan kepentingan dan kebaikan bersama, maka berkomunikasi adalah alat utama dalam politik. Baik dan buruknya pandangan masyarakat tentang politik sangat ditentukan oleh berkualitas atau tidaknya komunikasi politik yang dibangun di tengah-tengah masyarakat luas. Pepatah Melayu mengingatkan, "*Sekali lancung*

ke ujian seumur hidup orang tak percaya". Maksudnya, jika seseorang telah ketahuan berbuat curang, salah dan dusta maka orang tidak akan mempercayainya lagi. Hal tersebut menunjukkan bahwa aktivitas politik itu harus didasari oleh etika, terlebih etika berkomunikasi.

Terkait etika komunikasi dai dalam proses pencitraan politik kandidat pada masa kampanye pemilihan Walikota Medan tahun 2015 menunjukkan bahwa dai tidak sepenuhnya menjunjung tinggi nilai-nilai etika komunikasi berdasarkan petunjuk Al Qur'an dan hadis Nabi saw. Nilai-nilai yang masih dilanggar dai dalam melakukan kegiatan pencitraan politik kandidat yaitu: (1) Dai masih terlihat melakukan kampanye hitam (*black campaign*), (2) Sikap tidak konsistennya sikap dan perilaku politik dai.

Pertama, Dai masih terlihat melakukan kampanye hitam (*black campaign*). Hal tersebut ditunjukkan oleh dai dengan melakukan aksi saling menyerang dengan mengungkap sisi negatif masing-masing kandidat. Satu pihak melakukan propaganda kepada masyarakat khususnya jamaah dalam bentuk pesan-pesan politik yang berlatar belakang SARA, yaitu untuk tidak memilih pasangan yang non muslim dengan penekanan terhadap sentiment keagamaan dan kedaerahan. Kegiatan itu dilakukan dai melalui mimbar-mimbar keagamaan, seperti perwiridan kaum Ibu/Bapak, pengajian rutin di masjid dan mushala, mimbar jumat, peringatan hari besar Islam, dan acara keagamaan lainnya. Konsekuensi dari kondisi tersebut telah menggiring opini di masyarakat tentang kandidat muslim dan non muslim, pribumi dan non pribumi. Pada pihak yang lain juga mengungkap sisi negatif seperti kasus korupsi, pemimpin yang tidak amanah, fasilitas umum yang diabaikan (Banjir, sampah, jalan-jalan yang rusak, dan sebagainya), serta isu negatif lainnya yang menunjukkan kegagalan kandidat *incumben*.

Peneliti menilai bahwa pesan-pesan politik tersebut termasuk kampanye hitam (*black campaign*) karena pesan tersebut mengandung ujaran kebencian terhadap kandidat yang lain. Seharusnya, pesan-pesan yang disampaikan harus penuh dengan hikmah dan kebenaran serta kebaikan sebagaimana telah ditejelaskan dijelaskan Al Qur'an pada surah An-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.⁴⁰⁰

Pada ayat yang lain juga telah menegaskan hal tersebut sebagaimana di sebutkan dalam surah Al Hujarat ayat 11 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ ۖ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا ۚ أَيُّبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ.

Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka (kecurigaan), karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. Dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima Taubat lagi Maha Penyayang.⁴⁰¹

Ayat Alquran di atas juga dipertegas dengan sebuah hadis Nabi Saw yang diriwayatkan oleh Imam Tirmidzi, menyebutkan:

مَنْ نَفَسَ عَنْ مُسْلِمٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا نَفَسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ وَمَنْ يَسَّرَ عَلَى مُعْسِرٍ فِي الدُّنْيَا يَسَّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَمَنْ سَتَرَ عَلَى مُسْلِمٍ فِي الدُّنْيَا سَتَرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ.

Barangsiapa yang meringankan (menghilangkan) kesulitan seorang muslim kesulitan-kesulitan duniawi, maka Allah akan meringankan (menghilangkan) baginya kesulitan di akhirat kelak. Barangsiapa yang memberikan kemudahan bagi orang yang mengalami kesulitan di dunia, maka Allah akan memudahkan baginya kemudahan (urusan) di dunia dan akhirat. Dan barangsiapa yang menutupi (aib) seorang muslim sewaktu di dunia, maka Allah akan menutupi (aibnya) di dunia dan akhirat.

⁴⁰⁰ Q.S. An Nahl/16: 125.

⁴⁰¹ Q.S. Al Hujarat/49: 11.

Sesungguhnya Allah akan senantiasa menolong seorang hamba selalu ia menolong saudaranya.

Surat An-Nahl ayat 125 tersebut di atas mengindikasikan tiga metode yang harus diperhatikan dalam berkomunikasi: (1) Melalui *bil-hikmah*, yakni: pengetahuan yang dalam yang menjelaskan kebenaran serta menghilangkan kesalah-pahaman melalui tutur kata yang tegas dan benar serta mempengaruhi jiwa akal budi yang mulia, dada yang lapang dan hati yang bersih serta mampu bersikap proporsional, mampu membedakan mana yang harus di kerjakan dan mana yang harus ditinggalkan. (2) Melalui *al-mau'idhotil hasanah*, menurut tafsiran para mufasir artinya adalah pendidikan yang baik. Yakni bentuk memberikan nasehat dan peringatan baik dan benar, perkataan yang lemah lembut, penuh dengan keikhlasan, menyentuh hati sanubari, menentukan dan menggetarkan jiwa peserta didik untuk terdorong melakukan aktivitas dengan baik. (3) Melalui *mujaadalah billatii hiya ahsan* artinya adalah bantahan yang lebih baik, yakni bantahan dengan memberi manfaat, bersikap lemah lembut perkataan yang baik bersikap tenang dan hati-hati menahan amarah serta lapang dada.⁴⁰²

Pesan yang terkandung pada surat An-Nahl ayat 125 tersebut harus menjadi perhatian para dai yang terjun di wilayah politik praktis, sehingga pesan politik yang disampaikan akan dipahami dengan baik dan tidak menimbulkan persoalan atau polemik di tengah umat Islam. Jika komunikasi politik yang dilakukan dai menjadi pemicu polemik di tengah umat maka eksistensi dai dimata umat akan mengalami degradasi dan hal ini akan menjadi penghalang (*noise*) untuk sampainya pesan-pesan dai kepada umat tidak hanya masalah politik semata, namun pesan-pesan dakwah juga akan turut terimbas.

Kedua, Peneliti melihat ada sikap yang tidak konsisten pada diri dai di Kota Medan. Hal tersebut dibuktikan, pada pilkada Kota Medan tahun 2015 pernyataan sebagian besar dai mengarahkan umat Islam atau jamaah untuk memilih pemimpin yang seaqidah karena itulah petunjuk Alquran dan nadis nabi saw dalam menentukan pilihan pemimpin. namun sikap tersebut berubah ketika sebagian dai terlibat pada pemilihan Gubernur tahun 2018.

⁴⁰² <https://journal.unsika.ac.id/index.php/pendidikan/article/view/1036/846>, di akses pada tanggal 27 Desember 2019.

Berdasarkan observasi yang dilakukan terhadap sikap dan perilaku dai di Kota Medan yang berkaitan dengan pelaksanaan pemilu yang digelar di Kota Medan, ditemukan gambaran yang lain. Peneliti menemukan perbedaan atau tidak konsistennya sikap dan perilaku politik dai pada pemilihan Gubernur Sumatera Utara pada tahun 2018. Pada pemilu Gubernur tahun 2018 sikap dan perilaku dai mengalami perubahan signifikan, ketika pemilihan Walikota Kota Medan 2015 mereka memiliki sikap yang jelas dalam memperjuangkan pasangan yang seaqidah namun ketika pada pemilu gubernur Sumatera Utara tahun 2018 mendukung pasangan pelangi (Islam-Non Islam).

Perubahan sikap dan perilaku dai tersebut dalam wilayah politik praktis menunjukkan tidak konsistennya ucapan dai di 2015 dengan perilaku mereka di 2018. Tindakan tersebut tentunya sangat disayangkan oleh umat Islam di Kota Medan dan tentunya akan menimbulkan permasalahan tersendiri di tengah umat maupun jamaah. Terkait dengan hal itu ustaz Bustami manurung menyatakan kekecewaannya kepada sikap dan perilaku dai tersebut. Menurutnya, seharusnya dai mampu menjaga dirinya dari godaan kekuasaan sesaat yang dapat menghancurkan kredibilitas dai di mata umat Islam dan hal ini merupakan contoh yang tidak baik kepada umat.⁴⁰³

Selanjutnya menurut analisa peneliti terhadap sikap dan perilaku dai tersebut menguatkan pernyataan terdahulu bahwa keterlibatan dai dalam wilayah politik lebih didasarkan pada kepentingan dan motif-motif kekuasaan maupun keuntungan pribadi. Perubahan sikap dan perilaku dai ketika terlibat dalam wilayah politik praktis dianggap sesuatu kewajaran, namun jika perubahan itu menunjukkan hal-hal yang prinsip yang bersifat normatif maupun aqidah hal itulah yang peneliti anggap sebagai sikap yang melanggar etika bagi seorang dai, karena tidak konsisten atau tidak amanah dalam memegang prinsip yang pernah diucapkannya di tengah umat Islam.

Seorang dai semestinya memegang teguh prinsip dan nilai-nilai yang diyakininya sebagai sebuah kebenaran berdasarkan petunjuk Alquran dan hadis Nabi Saw sebagai bentuk amanah yang diembannya di tengah umat Islam. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Alquran surah al-Anfal ayat 27 yang berbunyi :

⁴⁰³ Bustami Manurung, wawancara di Medan, tanggal 17 Nopember 2019.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ.

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.⁴⁰⁴

Ayat Alquran di atas secara tegas memerintahkan seluruh kaum muslimin terkhusus dalam hal ini adalah dai, untuk menjadi pribadi yang amanah dan memiliki komitmen dengan aturan yang ditetapkan Allah dan Rasul-Nya, bersikap dapat dipercaya terhadap amanah yang diberikan. Jangan sampai karena suatu godaan atau pikiran menyimpang, lantas kemudian berkhianat. Oleh karena dai semestinya memegang teguh prinsip tersebut dalam kegiatan pencitraan politik yang dilakukannya.

Pencitraan politik yang dilakukan dengan didasari oleh etika-etika Alquran maupun hadis nabi Muhammad Saw merupakan bentuk pencitraan politik yang baik dan berkarakter Islami. Sehingga hal tersebut merupakan wujud dari komunikasi politik Islami. Secara sederhana dapat dipahami bahwa komunikasi politik Islami merupakan bentuk penyampaian pesan-pesan politik yang didasarkan nilai-nilai Alquran dan hadis Nabi Muhammad saw untuk tujuan *amar ma'ruf nahi mungkar* dalam ranah kehidupan berbangsa dan bernegara. Oleh karena itu, dai harus menyadari bahwa komunikasi politik Islami merupakan hal penting untuk dipraktekkan dalam setiap aktivitas politik, hal ini tentunya akan menjadi pembeda antara yang baik (*ma'ruf*) dan buruk (*mungkar*). Sehingga kesan negatif terhadap politik akan berlahan luntur di benak umat Islam.

⁴⁰⁴ Q.S. Al-Anfal/8: 27.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian yang telah dilakukan terkait Eksistensi Dai Dalam Membangun Pencitraan Kandidat Pada Pemilihan Walikota Medan Tahun 2015, dapat ditarik kesimpulan, sebagai berikut:

Pertama, ada dua pandangan terkait tentang keterlibatan dai pada pemilihan Walikota Kota Medan Tahun 2015. (a) Dakwah harus sejalan dengan politik. (b) Dakwah harus dipisahkan dengan politik. Kelompok pertama memahami bahwa dakwah dan politik memiliki posisi penting dalam ajaran Islam, keduanya harus berjalan berdampingan dan saling menguatkan untuk terwujudnya *amar ma'ruf nahi mungkar* dalam kehidupan masyarakat. Keterlibatan dai dalam pemilihan Walikota Medan Tahun 2015 menunjukkan polarisasi pada tiga kelompok yaitu; (1) Kelompok dai yang mendukung kandidat secara langsung, (2) Kelompok dai yang mendukung secara tidak langsung, dan (3) kelompok dai yang bersikap netral.

Kedua, motivasi dai terlibat secara langsung dalam pemilihan Walikota Medan Tahun 2015 didasari oleh dua hal, yaitu; (1) Motif kekuasaan, dan (2) Motif keuntungan pribadi maupun kelompok. Motif kekuasaan tersebut ada yang bersifat ideal dan ada yang bersifat individual. Secara ideal menunjukkan bahwa kekuasaan adalah alat dakwah untuk menegakkan *amar ma'ruf nahi mungkar* dalam kehidupan masyarakat. Selanjutnya secara individual motif kekuasaan tersebut berorientasi pada keinginan menjadi "orang dalam" pada lingkaran pemerintahan Kota Medan. Motif ini menunjukkan karakter dai sebagai seorang bangsawan. Sementara itu, motif keuntungan pribadi maupun kelompok menunjukkan keterlibatan dai tersebut didasari oleh keinginan mendapatkan keuntungan secara pribadi maupun kelompok atau organisasi. Motif ini menunjukkan karakter dai sebagai seorang pedagang.

Ketiga, Upaya dai dalam membangun pencitraan kandidat dilakukan dengan tiga strategi utama, yaitu: Merawat ketokohan kandidat, Mengemas pesan secara persuasif dan memilih media. Upaya Merawat ketokohan kandidat yang dilakukan para dai masing-masing menunjukkan penerapan strategi yang hampir

sama yaitu: (1) Menghadirkan kandidat pada kegiatan-kegiatan keagamaan yang dilakukan dai seperti dalam kegiatan pengajian, tabligh akbar, dan sebagainya, (2) Mendampingi kandidat dalam berbagai kegiatan sosial keagamaan, (3) ikut tampil di panggung kampanye politik kandidat, dan (4) Memberikan pemahaman kepada masyarakat terkait visi dan misi dari kandidat.

Strategi memilih pesan dilakukan dai dengan menyusun atau mengemas pesan-pesan politik pada pilkada Kota Medan tahun 2015 menunjukkan dua model yaitu *pertama*, model penyusunan atau pengemasan pesan yang bersifat informatif, dan *kedua*, model penyusunan atau pengemasan pesan yang bersifat persuasif. Pesan yang bersifat informatif merupakan memberikan wawasan yang luas kepada khalayak atau masyarakat dengan memberikan berbagai macam informasi terkait dengan isu-isu politik yang sedang berkembang di Kota Medan, potensi Kota Medan masing-masing kecamatan, visi dan misi yang akan dilaksanakan untuk membangun Kota Medan, keunggulan figur masing-masing kandidat, dan slogan-slogan kampanye yang digunakan. Sementara itu, pesan politik yang bersifat persuasif dilakukan dengan menggunakan teknik: (1) *fear appeal* yakni dengan cara membangkitkan rasa takut atau hal-hal negatif yang terjadi pada masyarakat khususnya masyarakat Kota Medan apabila lawan politiknya yang menang, (2) *emotional appeal*, yakni dengan cara menyinggung suku dan agama salah seorang calon, maka lahirlah slogan “pilih yang seakidah”, dan (3) *reward appeal* yakni dengan cara memberikan janji-janji politik kepada masyarakat Kota Medan apabila mereka menang.

Strategi dai memilih media pencitraan politik yaitu: (1) Melakukan komunikasi secara langsung baik secara *face to face* maupun secara kelompok, baik menggunakan media seperti *handphone* maupun langsung secara tatap muka. Media ini digunakan umumnya dalam kegiatan kampanye secara sembunyi-sembunyi untuk kalangan terbatas seperti kepada keluarga, teman, anggota majelis taklim, dan rekan-rekan dai, (2) Menggunakan media cetak terutama koran, blutim jumat, dan (3) Memanfaatkan media online seperti *website*, *whatsApp* dan facebook. Kedua media terakhir ini digunakan dalam kegiatan kampanye secara terbuka.

Secara umum, etika berkomunikasi dai dalam proses pencitraan kandidat pada masa kampanye pemilihan Walikota Medan Tahun 2015 menunjukkan

bahwa dai tidak sepenuhnya menjunjung tinggi nilai-nilai etika komunikasi berdasarkan petunjuk Al-Qur'an dan hadis Nabi Muhammad Saw. Nilai-nilai yang masih dilanggar dai dalam melakukan kegiatan pencitraan politik kandidat yaitu: (1) Dai masih terlihat melakukan kampanye hitam (*black campaign*), (2) Sikap dan perilaku dai yang tidak konsistennya..

Akhirnya, peneliti menyimpulkan bahwa eksistensi dai di Kota Medan merupakan kelompok elit keagamaan yang posisi dan perannya masih diakui di tengah jamaahnya dan para politikus khususnya dalam kegiatan pemilihan kepala daerah Kota Medan Tahun 2015. Keterlibatan dai dalam membangun pencitraan kandidat politik dalam pemilihan Walikota Medan Tahun 2015 dianggap berhasil dengan baik berdasarkan prinsip-prinsip pencitraan politik. Namun, eksistensi dai tersebut masih terbatas pada wilayah kekuasaan kecil yaitu jamaah khusus yang dibina oleh dai di Kota Medan. Terungkap bahwa dai di tidak memiliki kemampuan yang signifikan untuk memengaruhi umat Islam secara luas di Kota khususnya pada pemilihan Walikota Medan Tahun 2015.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, penulis memberikan beberapa saran dan masukan:

1. Dai sebagai elit keagamaan di Kota Medan harus mampu meningkatkan posisi dan pengaruhnya di tengah umat Islam di Kota Medan, sehingga kedepannya dai akan menjadi kekuatan untuk turut meningkatkan partisipasi masyarakat, khususnya umat Islam dalam politik.
2. Keberadaan dai di Kota Medan jumlahnya sangat signifikan harus di organisir dengan baik dan berkelanjutan sehingga akan menjadi kekuatan untuk mendukung kegiatan dakwah atau untuk kepentingan politik umat Islam di Kota Medan.
3. Dai di Kota Medan harus memiliki peta dakwah Kota Medan, sehingga dengan itu akan diketahui potensi dakwah dan kebutuhan dakwah di Kota Medan.
4. Dai Kota Medan harus tetap menjunjung tinggi dan memperhatikan nilai-nilai etika komunikasi dalam keterlibatan mereka dalam kegiatan politik. Sehingga akan tetap terjadi kualitas dai dimata umat.

5. Bagi politisi, diharapkan untuk terus menjalin komunikasi yang baik dengan dai-dai Kota Medan tidak sekedar memanfaatkan dai untuk kepentingan politik praktis di Pilkada maupun pemilu yang ada.
6. Penulis menyadari masih dibutuhkan kajian dan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan dai dan politik di Kota Medan, sehingga dapat dijadikan rujukan bagi kalangan akademisi maupun politisi dan praktisi dalam pengembangan ilmu dan pengambilan kebijakan politik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, *Ilmu Dakwah, Kajian Ontologis, Epistemologis, Aksiologis dan Aplikasi Dakwah*. Bandung: Citapustaka Media, 2015.
- _____, *Dakwah Kultural dan Struktural: Telaah Pemikiran dan Perjuangan Dakwah Hamka dan M. Natsir*. Bandung: Ciptapustaka Media Perintis, 2012
- Abidin, Zainal. *Analisis Eksistensial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Agustino, Leo. *Pilkada Dan Dinamika Politik Lokal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Alfian, Alfian. *Demokrasi Pilihlah Aku*. Malang: In-Trans Publishing, 2009.
- Anggoro, Lingkar. *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara, 2000.
- Al-Qaradhawi, Yusuf. *Fiqih Daulah dalam Perspektif Alquran dan Sunnah*, terj. Kathur Suhardi. Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 1997.
- Alwi, dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia, 2005.
- Al-Wa'iy. *Pemikiran Politik Kontemporer Al-Ikhwan Al-Muslimun: Studi Analitis, Observatif, Dokumentatif*. Solo: Era Intermedia, 2003.
- Arrianie, Lely. *Komunikasi Politik; Politisasi dan Pencitraan di Panggung Politik*. Bandung: Widya Padjajaran, 2010.
- Arifin, Anwar. *Komunikasi Politik: Filsafat-Paradigma-Tujuan-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- _____, *Politik Pencitraan-Pencitraan Politik*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- _____, *Komunikasi Politik: Paradigma, Teori, Aplikasi, Strategi Komunikasi Politik Indonesia*. Jakarta: PT. Balai Pustaka, 2003.
- A. Hasjmy, *Dustur Dakwah Menurut Alquran*. Jakarta: Bulan Bintang, 1974.
- Azhar, Anang Anas. *Pencitraan Politik Elektoral*. Yogyakarta: Atap Buku, 2017.
- Azra, Azyumardi *Pergolakan Politik Islam* Jakarta: Paramadina, 1996
- Bogdan, S.J. Taylor dan R. *Introduction to Qualitative Research Methods*. New York: Willey, 1984
- Budiardjo, Meriam. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Pusaka Utama, 2008.
- Bungin, M. Burhan. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Para Dikma dan Diskursus Tehnologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Media Group, 2006.
- _____. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada, 2007.
- Burhani, Ahmad Najib. *Agama, Nahdlatul Ulama, dan Sikap Memilih Partai*. Jakarta: Harian Kompas Bekerjasama dengan Lakpes dan NU, 1999.
- Campbell, Gurin dalam Ann-Kristin dkk 2013, *Eksternal Efficacy and Perceived responsiveness-same or different* “ Twante: University Twentee.
- Cangara, Hafied. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2009.

- _____. *Pengantar Ilmu Komunikasi, Edisi Kedua*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012.
- _____. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007.
- Dhofier, Zamakhsyari. *Tradisi Pesantren, Studi tentang Pandangan Hidup Kyai*. Jakarta: LP3ES, 1984.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003.
- Eko, Sutoro. *Pilkada Secara langsung: Konteks, Proses, dan Implikasi*. Jakarta: Yayasan Harkat Bangsa, 2004.
- Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisa Data*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011.
- Firmansyah, *Marketing Politik; Antara Pemahaman dan Realitas Politik*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2007.
- F. Faules, Don dan R. Wayne Pace. *Komunikasi Organisasi: Strategi Peningkatan Kinerja Perusahaan*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003.
- Goodpaster, Gary *Refleksi tentang Korupsi di Indonesia*. Jakarta: USAID, 2001.
- Greenberg, Milton dan Jack C. Planoad *The American Political Dictionary*. USA: Harcourt College Publisher, 2002.
- Hatta, Mohd. *Simbiotika Dakwah Islam*. Medan: Ciptapustaka Media Perintis, 2010.
- Hidayat, Mahi M. *Komunikasi Politik, Teori dan Praktek Dalam Pilkada Langsung*. Bandung: Simniosa Rekatama Media, 2010.
- Halim, Abd. *Politik Lokal: Pola, Aktor & Alur Dramatikalnya*. Yogyakarta: LP2B, 2014
- Hamad, Ibnu. *Komunikasi Sebagai Wacana*. Jakarta: La Tofi Enterprise, 2010.
- Hamidi, Ahsan Jamet et al., *Pemilu Tidak Bebas Politik Uang*. Jakarta: Transparency International Indonesia, 2008.
- Hamidy, Zainuddin et al., *Terjemah Hadits Shahih Bukhari, Jilid 4*, .Jakarta; Wijaya, 1996.
- Hidayat, Mahi M. *Komunikasi Politik, Teori dan Praktek Dalam Pilkada Langsung* (Bandung: Simniosa Rekatama Media, 2010

- Ida, Rahmah dan Henry Subiakto. *Komunikasi Politik, Media dan Demokrasi*. Jakarta: Prenada Media Group, 2012.
- Iriantana, Yosol dan Dedy Djamaludin Malik. *Komunikasi Persuasif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1994.
- Iqbal, Muhammad *Pemikiran Politik Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Ismiani, Nanik. *Periklanan Partai Politik; Menerjemahkan Pesan Rasional dengan Eksekusi yang Relevan dan Emosional; Dalam Prof. Dr. Harsono Suwardi, et al; Politik, Demokrasi & Manajemen Komunikasi*. Bandung: Galang Press, 2002.
- Jefkins, Frank. *Public Realition Technique*. Edisi Keempat. Jakarta, Penerbit Erlangga, 1992.
- Kamaruddin, *Partai Politik Islam di Pentas Reformasi: Refleksi Pemilu 1999 untuk Pemilu 2004*. Jakarta: Visi Publishing, 2002.
- Katimin, *Politik Islam: Membuka Tabir Perjuangan Islam Ideologis dalam Sejarah Politik Nasional*. Medan: Perdana Publishing, 2018.
- _____, *Politik Islam; Studi Tentang Asas, Pemikiran, Dan Praktek dalam Sejarah Politik Umat Islam*. Medan: Perdana Publishing, 2017.
- _____, dkk. *Hadis-Hadis Politik*. Medan: Perdana Publishing, 2018.
- Kavanagh, Dennis *Election Campaigning: The New Marketing of Politica*. United Kingdom: Blackwell, 1997.
- Kholil, Syukur *Komunikasi Islami*. Bandung: Ciptapustaka Media, 2007.
- Kolip, Usman dan Elly M. Setiadi. *Pengantar Sosiologi Politik*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013.
- Kresnowiati, Winny dan Dadang Anugrah. & *Komunikasi Antar Budaya: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Jala Permana, 2008.
- Kuntowijoyo, *Identitas Politik Umat Islam*. Bandung : Mizan, 1997.
- Kusuma, Surya. *Panduan Sukses Kampanye Pemilu 2009*. Jakarta, Pustaka Cendekia Muda, 2008.
- Kuswandi, Wawan. *Komunikasi Massa: Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta PT. Rineka Cipta, 1993.
- Lubis, M. Abdi dan Syukur Kholil. *Kapita Selekta Komunikasi Islam: Perspektif Sosial Budaya dan Agama*. Medan: Perdana Publishing, 2017.

- Majelis Ulama Indonesia, *Kumpulan Fatwa MUI*, (Jakarta: Departemen Agama RI, 2013).
- Marizka, Addina. *Analisis Kinerja Pengelolaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Pemerintah Kota Medan*. Medan: Perpustakaan USU Medan, 2009.
- Merriam, Sharan B. *Case Study Research in Education: A Qualitatif Approach*, (San Fransisco: Jossy-Bass Publishers, 1988
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya 2000.
- Munasichin, Zainal. *Resolusi Jihad NU Sejarah Yang Dilupakan*. Jakarta: Dewan Pengurus Pusat Partai Kebangkitan Bangsa, 2001.
- Munir, *Metode Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Meuraxa, Dada. *Sejarah Hari Jadinya Kota Medan 1 Juli 1590*. Medan: Sasterawan, 1975
- Mu'nim D.Z, Abdul (edt.). *Islam di Tengah Arus Transisi*. Jakarta: Kompas, 2000.
- Nata, Abuddin. *Akhlak TaSawuf*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996.
- _____. *Metodologi Studi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2000.
- Natsir, M. *Agama dan Politik Capita Selecta II*. Jakarta: Pustaka Pendis, 1958.
- Nimmo, Dan. *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung, Remaja Rosdakarya, 2005.
- _____, *Political Communication and Public Opinion in Amirica*. Santa Monica: Goodyear Publication, 1978.
- Ningrum, Etin Nurhaetin. *Dinamika Suara Partai & Strategi Pemenangan Pemilu; Studi Terhadap PDI Perjuangan dalam Pemilu 2004*. Jakarta: Titian Kencana Mandiri, 2005.
- Nurdin, Muslim dkk. *Moral dan Kognisi Islam*. Bandung: CV Alfabet, 2006
- O'leary, Brendan dan Patrick Dunleavy. *Theories Of The State The Politics Of Liberal Democracy*. London: Macmilan Education Ltd, Hounmills, Basingstoke, Hampshire RG212 x S, 1991.
- Pemko Medan, *Profil Kota Medan*. Medan: Pemerintah Kotamadya Medan, 2004
- Prihatmoko, Joko J. *Mendemokratiskan Pemilu*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.

- Pulungan, J. Suyuthi. *Fiqh Siyash: Ajaran, Sejarah dan Pemikiran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1999.
- Rais, M. Amien, *Hubungan antara Politik dan Dakwah: Berguru kepada M. Natsir*. Bandung: Mujahid, 2004.
- Rifai, Mien Ahmad *Manusia Madura: Pembawaan, Prilaku, Etos Kerja*. Yogyakarta: Pilar Media, 2007.
- Rifai, Amzulian *Pola Politik Uang dalam Pemilihan Kepala Daerah*. Jakarta: Graha Indonesia, 2003.
- Saefullah, *Kapita Selekta Komunikasi: Pendekatan Budaya dan Agama*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007.
- Santoso, Edi. Dkk., *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Severin, Werner J. dan James W. Tankard Jr. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*, terj. Sugeng Hariyanto. Jakarta: Kencana, 2007.
- Sinar, Tengku Luckman. *Bangun dan Runtuhnya Kerajaan Melayu Di Sumatera Timur* (Medan: ttp, tt)
- Siregar, Timbul. *Sejarah Kota Medan*. Medan Sumatera Utara: Yayasan Pembina Jiwa Pancasila, 1980
- Smith, P.R, *Marketing Communication; An Integrated Apporoach* London: Kogan Page, 1998.
- Sofyan, Ayi. *Etika Politik Islam*. Bandung: Pustaka Setia, 2012.
- Sudjana, Eggi. *Islam Fungsional*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2008.
- Supardan, Dadang. *Pengantar Ilmu Sosial: Sebuah Kajian Pendekatan Struktural*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011.
- Suprayogo, Imam. *Kyaidan Politik: Membaca Citra Politik Kyai*. Malang: UIN Malang Press, 2007
- Surbakti, Ramlan. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: PT. Gramedia, 1992.
- Suryanegara, Ahmad Mansur. *Api Sejarah 2: Mahakarya Perjuangan Ulama dan Santri dalam Menegakkan Negara Kesatuan Republik Indonesia*. Bandung: Surya Dinasti, 2015.
- Susanto, Eko Harry. *Komunikasi Politik Dan Otonomi Daerah*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009.
- Syam, Nina W. *Sosiologi Komunikasi*. Bandung: Humaniora, 2009.

- Taufik, Tata. *Etika Komunikasi Islam*. Bandung: Pustaka Setia, 2012.
- The New Encyclopedia Britanica, In. 30 Volumes. Volume 6. Macropedia, 1982.
- Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1990
- Umary, Barmawei. *Materia Akhlak*, Cet. 11. Solo: Ramadhani, 1993.
- Upe, Ambo. *Sosiologi Politik Kontemporer; Kajian Tentang Rasionalitas Perilaku Politik Pemilih di Era Pemilihan Kepala Daerah Secara Langsung*. Jakarta: Prestasi Pustaka, 2008.
- Varma, S.P. *Modern Political Theory A Critical Survey*. India: Vicas Publishing House Pvt Ltd, 1975.
- Venus, Antara. *Manajemen Kampanye, Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama, 2007.
- Wahid, Umaimah. *Komunikasi Politik: Teori, Konsep dan Aplikasi pada Era Media Baru*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016.
- Widagdo, Badjoeri H.B. *Manajemen Pemasaran Parpol Menangkan Pemilu 2004*. Jakarta: Gunung Agung, 2004.
- Widodo, Suko. *Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial*. Malang: Aditya Media Publishing, 2010.
- Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo, 2004.
- Ya'cub, Ali Mustafa. *Sejarah Dan Metode Dakwah Nabi*, Jakarta: Pustaka Firdaus, 2000.
- Zubair, Achmad Charris. *Kuliah Etika*. Jakarta: Rajawali Pers, 1980.
- Zuhri, Saifuddin. *Unsur Politik dalam Dakwah*. Bandung: Al Ma'arif, 1982.

JURNAL ILMIAH DAN MAKALAH

- Abdullah, *Komplementaritas Dakwah Kultural Dan Struktural* (Medan: Jurnal Pengembangan Masyarakat FDK UIN SU Volume IV, No. 4, Tahun 2017)
- Benedictus A.S, “Konstruksi Diridan Pengelolaan Kesan Pada Ruang Rill dan Ruang Virtual” dalam *Jurnal Aspikom, Volume 1, Nomor 1*.
- Gamson dalam Hasbi Wahyudi, dkk 2013. *Peran kepercayaan politik dan kepuasan demokrasi terhadap partisipasi politik Mahasiswa*. Jurnal Psikologi Vol 9 no 2 Desember 2014
- G. Niemi dan S. Craig, *Political efficacy and trust on the NES pilot study* “ Jurnal Political Behavioral, Vol 12/ no 3 tahun 1990.
- Kana, Nico L. *Strategi Pengelolaan Persaingan Politik Elit Desa di Wilayah Kecamatan Suruh: Kasus Pemilihan Kepala Desa*, Jurnal Renai, Tahun I, No. 2, April-Mei 2001.
- Lomulus, Johny. “Sikap Pemilih terhadap Pasangan Calon Menjelang Pilkada Langsung di Kota Bitung” dalam *Demokrasi Mati Suri*, LIPI: Jurnal Penelitian Politik Vp. 4 No. 1 2007.
- Susanto, Edi. “Revitalisasi Nilai Luhur Tradisi Lokal Madura” dalam *Karsa Jurnal Studi Keislaman* Vol. XI No. 2, h. 101.
- Syarif, Zainuddin “Dinamika Politik Dai Dan Santri Dalam Pilkada Pamekasan”. Disertasi- IAIN Sunan Ampel, Surabaya, 2010.
- Sarman, Mukhtar. *Banalitas Kontestasi Politik*. Makalah, tidak diterbitkan.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. <https://kbbi.web.id/lobi>, diakses pada tanggal 27 Nopember 2016.
- Dakwah.com “ *Data hitam (korupsi) Pejabat disumut 15 tahun terakhir*” (online) (<http://dakwahsumut.com/data-hitam-korupsi-pejabat-sumut-15-tahun-terakhir/>) diakses pada tanggal 2 Mei 2018
- <http://m.radarbangka.go.id/> Rahmi Surya Dewi, *Etika Pencitraan Dalam Kampanye Pilkada*. Diakses pada Tanggal 30 Agustus 2016. Pukul 12.00 WIB <http://ejournal.uin-suka.ac.id/ushuluddin/ref/article/view/1855>, diakses pada 12 Februari 2019.

- Anwariansyah, *Kampanye Hitam Dan Pendidikan Politik Bangsa*. Diakses 02 September 2016 .<http://www.wikimu.com/news/DisplayNews.aspx?id=10152>.
- Lesmana, Teddy. *Politik Uang* 279 *Pilkada*, (elib.pdii.lipi.go.id.katalog/index/.php/ searchkatalog/ .../9009.pdf
- Kumorotomo, Wahyudi *Intervensi Parpol, Politik Uang dan Korupsi: Tantangan Kebijakan Publik Setelah Pilkada Langsung*, (Makalah) disajikan dalam Konferensi Administrasi Negara, Surabaya, 15 Mei 2009.
- Supriyanto, Didik. *Transkrip Diskusi Publik Terbatas*, (ijrsh.files.wordpress.com/2008/06/ politikuang-dalam-pilkada.pdf. Diakses, 6 desember 2016.
- Muhtadi, Burhanuddin *Rillis Hasil Survey Indikator*, [http://www.republika.co.id/berita/nasional/hukum/14/03/19/n2otrq-survei-kpk-mayoritas masyarakat-anggap-politik-uang-hal-lumrah](http://www.republika.co.id/berita/nasional/hukum/14/03/19/n2otrq-survei-kpk-mayoritas-masyarakat-anggap-politik-uang-hal-lumrah). Diakses 8 Desember 2017.
- <http://www.indikator.co.id/news/details/1/41/ Laporan - Konpers - Rilis-Survei-Sikapdan - Perilaku- Pemilih-terhadap-Money-Politics>. Diakses 8 Desember 2017.
- Sahab, Ali. *Vote Buying Dalam Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada): (Studi Kasus Pilkada Surabaya dan pilkada Kabupaten Blitar Tahun 2010* (http://alisahab09fisip.web.unair.ac.id/artikel_detail-41933). Diakses 10 Desember 2017.
- <http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/5082>. Diakses pada tanggal, 15 Januari 2020.
- <http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/5222>, Katimin, "Politik Islam Indonesia, Membuka Tabir Perjuangan Islam Idiologis Dalam Sejarah Politik Nasional", h. 33. Diakses pada tanggal 10 Nopember 2019.
- Achyar Zein, www.waspadamedan.com/artikel diakses pada tanggal 3 Mei 2016.
- Fahrudin, www.kiblat.net/2015/12/08/anatarapilkada dan memilih pemimpin muslim. Diakses pada tanggal 3 Mei 2016.
- <https://pemkomedan.go.id>
- <http://www.rmol.co/read/2013/02/24/99706/Husni-KamilManik:-Keberhasilan-Pemilu-2014-Ditentukan-Empat-Faktor>. di akses pada 24 Februari 2017.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Curriculum Vitae



Data Pribadi : JOKO SUSANTO

Tempat / Tgl. Lahir	:	Cinta Rakyat, 09 September 1981
Jenis Kelamin	:	Pria
Agama	:	Islam
Status Perkawinan	:	Menikah
a. Istri	:	Siti Aisyah, S.Pd.I
b. Anak I	:	Muhammad Alif Susanto
c. Anak II	:	Maisya Putri Susanto
d. Anak III	:	Muhammad Azzam Susanto
Alamat	:	Jl. Sudirman No. 109 Desa Cinta Rakyat
		Kec. Percut Sei Tuan Kode Pos 20371
		Kab. Deli Serdang – Sumatera Utara
Telp / HP	:	0812-6270-1107 / 0815-345-145-07
Email	:	joko_susanto@ymail.com / jokodhie@gmail.com

Pendidikan Formal

NO	TAHUN	JENJANG	TEMPAT
1.	Tahun 1987-1993	SD	SD Negeri 104308 Desa Cinta Rakyat
2.	Tahun 1993-1996	SMP	SMP Negeri 3 Percut Sei Tuan
3.	Tahun 1996-1999	SMU	SMU Negeri I Percut Sei Tuan
4.	Tahun 2000-2005	S.1 (Sarjana)	Fak. Dakwah IAIN SU Medan
5.	Tahun 2007-2010	S.2 (Master)	Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Jakarta
6.	Tahun 2012- 2020	S.3 (Doktor)	Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN UIN SU Medan

Pendidikan Non Formal

NO	TAHUN	JENIS PELATIHAN	TEMPAT
1.	Tahun 2001	Latihan Kader I HMI	HMI Cab. Medan
2.	Tahun 2002	Latihan Kepemimpinan Dasar	BEM IAIN SU MEDAN
3.	Tahun 2002	Training For Trainees (TOT)	Koperasi Mahasiswa IAIN SU
4.	Tahun 2003	Latihan Kader II HMI	HMI Cab. Banda Aceh
5.	Tahun 2003	Pelatihan TOT Kader Instruktur	IAIN SU Medan
6.	Tahun 2004	Pelatihan Jurnalistik	BEM IAIN SU Medan

Pengalaman Organisasi

NO.	PERIODE	NAMA ORGANISASI	JABATAN
1.	Tahun 2001-2002	Remaja Mesjid Al Iman C.Rakyat	Ketua Umum
2.	Tahun 2002-2003	HMI Fak. Dakwah IAIN SU	Ketua
4.	Tahun 2003-2005	Paguyuban Mahasiswa PUJAKESUMA IAIN SU	Ketua Umum
5.	Tahun 2004-2005	BEM IAIN SU Medan	Wakil Presma BEM IAIN SU
6.	Tahun 2006-2011	PP. GPK	Wakil Sekretaris Jenderal
6.	Tahun 2008-2011	DPP KNPI	Ketua Komisi Perhubungan
7.	Tahun 2013-2015	DPD APPSI Kab. Deli Serdang	Ketua
8.	Tahun 2017-2022	DPC PPP Kab. Deli Serdang	Wakil Ketua
9.	Tahun 2018-2023	DPW PAGUYUBAN PUJAKESUMA SU	Ketua Harian

Pengalaman Pekerjaan

NO.	TAHUN	INSTANSI	JABATAN
1.	Tahun 2005-2006	PT. Agung Mitra Mandiri – Medan	HRD Manager
2.	Tahun 2006-2009	DPR – RI	Staf Anggota DPR-RI
3.	Tahun 2017	DPRD Kab. Deli Serdang	Tenaga Ahli
4.	Tahun 2012	a. Fakultas Dakwah IAIN SU Medan b. STAIS As-Sunnah Deli Serdang	Dosen Titik Tetap Dosen Tetap
5.	Tahun 2019-2024	DPRD Kabupaten Deli Serdang	Tenaga Ahli Fraksi PPI

Prestasi Yang Pernah Diraih

NO.	TAHUN	PRESTASI YANG DIRAIH
1.	Tahun 2003	Juara III Lomba KADERKUM Tingkat Propinsi Sumatera Utara
2.	Tahun 2003	Juara III Mahasiswa Berprestasi Akademik Tingkat IAIN SU Medan
3.	Tahun 2004	Meraih Mendali BEM Award sebagai Mahasiswa Teladan IAIN SU Medan
4.	Tahun 2016	Meraih penghargaan sebagai Pahlawan Desa Kategori Bidang Kepemudaan dari KOMPAS Cinta Rakyat.

Deli Serdang, Agustus 2020

(Joko Susanto)

