

**KOMUNIKASI POLITIK KIAI BUSYRO KARIM DALAM PROSES
PEMENANGAN PILKADA SUMENEP TAHUN 2015**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

Disusun Oleh:

AHMAD HEDAR
NIM 12210114

Pembimbing:

Dr. Hamdan Daulay, M.A., M.Si.
NIP. 19661209 199403 1 004

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**

YOGYAKARTA

2017

ABSTRAK

Pada pelaksanaan Pilkada Serentak tahun 2015 lalu, Kabupaten Sumenep juga menjadi salah satu daerah/kabupaten penyelenggara. Masa jabatan Bupati Sumenep periode 2010-2015 yang dijabat oleh Kiai Busyro Karim sudah berakhir. Namun, pada pilkada Sumenep tahun 2015 tersebut, Kiai Busyro Karim kembali mencalonkan diri. Dirinya diusung oleh Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) dan didukung oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) serta Partai Nasional Demokrasi (Nasdem). Lawan politik Kiai Busyro Karim di Pilkada saat itu adalah paslon Zainal Abidin-Siti Kholifah.

Keterlibatan sosok Kiai dalam politik praktis di Sumenep sudah lama terjadi, bahkan Kiai Busyro Karim sendiri sudah pernah menjabat sebagai Ketua DPRD Sumenep selama 10 tahun, hingga akhirnya menjabat sebagai Bupati Sumenep pada periode 2010-2015. Kemenangan pilkada Sumenep tahun 2015 lalu juga masih diperoleh Kiai Busyro Karim. Dirinya unggul 10.108 suara atas paslon Zainal Abidin. Artinya, hingga tahun 2021 kelak, Kiai Busyro Karim sudah menjabat kursi pemerintahan di Sumenep selama 20 tahun.

Suksesi kemenangan Kiai Busyro Karim tentu menarik diteliti, sebab selain dominan menjadi pemimpin politik, Kiai Busyro Karim juga merupakan tokoh Kiai di Kabupaten Sumenep. Penelitian ini fokus pada *Komunikasi Politik Kiai Busyro Karim dalam Pemenangan Pilkada Sumenep Tahun 2015*. Metode penelitian ini ialah Kualitatif, sedangkan pengumpulan datanya ialah lewat wawancara dan dokumentasi.

Hasilnya, selama proses komunikasi politik berlangsung, Kiai Busyro merupakan komunikator utama, pesan-pesan politiknya banyak terkait dengan kinerjanya selama menjabat serta visi misinya jika terpilih kembali, media yang sering mengkampanyekan pesan-pesan politik Kiai Busyro Karim ialah MataSumenep, sedangkan khalayak yang dipilih oleh Kiai Busyro Karim ialah, publik yang memiliki perhatian atau pengaruh lebih secara politik di Masyarakat., seperti NU, Ansor, Budayawan, Serta Kepala Desa.

Kata kunci: Komunikasi Politik, Politik Kiai, Pilkada Sumenep

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Hedar
NIM : 12210114
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul:
Komunikasi Politik Kiai Busyro Karim dalam Proses Pemenangan Pilkada Sumenep Tahun 2015, adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggung jawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta,

Yang menyatakan,



Ahmad Hedar
NIM. 12210114



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-424/Un.02/DD/PP.00.9/06/2017

Tugas Akhir dengan judul : KOMUNIKASI POLITIK KIAI BUSRO KARIM DALAM PROSES
PEMENANGAN PILKADA SUMENEP TAHUN 2015

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AHMAD HEDAR
Nomor Induk Mahasiswa : 12210114
Telah diujikan pada : Rabu, 24 Mei 2017
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
NIP. 19661209 199403 1 004

Penguji I

Drs. Abdul Rozak, M.Pd
NIP. 19671006 199403 1 003

Penguji II

Drs. Mukhammad Sahlan, M.Si
NIP. 19680501 199303 1 006

Yogyakarta, 24 Mei 2017
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Dakwah dan Komunikasi

DEKAN



Dr. Nugraha M.Si
NIP. 19600310 198703 2 001



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856, Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum, wr.wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Ahmad Hedar
NIM : 12210114
Jurusan : Komunikasi dan penyiaran Islam
Judul Skripsi : Komunikasi Politik Kiai Busyro Karim dalam Proses Pemenangan Pilkada Sumenep Tahun 2015

Telah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut dapat dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum, wr.wb.

Yogyakarta, 06 April, 2017

Mengetahui,

Ketua Jurusan KPI  Drs. Abdul Rozak, M.Pd NIP. 19671006 199403 1 003	Pembimbing Skripsi  Dr. Hamdan Daulay, M.A., M.Si NIP. 19661209 199403 1 004
---	--

PERSEMBAHAN



Karya ilmiah ini saya persembahkan

Kepada kedua orang tua, saudara, kerabat, Guru, Ummu Samhah, dan semua kawan yang setia bersama

MOTTO

Orang Terbaik Adalah yang Bermanfaat
Bagi Manusia, Alam dan Tuhannya

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, adalah nikmat yang sangat besar dapat diberi kesehatan dan kesempatan untuk berproses, belajar dan berdinamika di dunia pendidikan. Semoga semua ilmu yang didapat dapat bermanfaat bagi lingkungan sekitar, orang tua, kerabat, kawan, dan khususnya masyarakat luas. Banyak yang berjasa selama proses study di kampus ini saya lalui, baik orang tua, guru maupun kawan-kawan yang dekat dan setia bersama.

Lebih lanjut, Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Prof. KH. Yudian Wahyudi, MA., Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Dr. Nurjannah, M.Si.
3. Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Drs. Abdul Rozak, M.Pd
4. Dosen Pembimbing Skripsi, Dr. Hamdan Daulay, M.A., M.Si.
5. Dosen Pembimbing Akademik, Muhammad Sahlan, M.Si.
6. Pengasuh Pondok Pesantren Al- Karimiyyah sekaligus Bupati Sumenep, Dr. KH. A. Busyro Karim, M.Si
7. Masyarakat Kabupaten Sumenep, Khususnya yang sukarela menjadi responden penelitian ini
8. Kedua Orang Tua, Saudara serta kerabat yang telah memberi dukungan moril, materiel serta do'anya.
9. Seluruh Guru yang memberi ilmu dan do'anya. Semoga Barokah. Aamiin.

10. Ummu Samhah Mufarrihah, yang setia menjadi kawan hidup, sahabat sekaligus keluarga.
11. Seluruh kawan-kawan organisasi, baik di PMII, RHETOR, Kemped, Persma Jogja, KBR, serta JDA. Bersama kalian, saya mengerti proses belajar, bermain, dan berkawan.

Semuanya memberi arti. Semoga ikatan lahir dan batin kita masih terus berlanjut hingga waktu yang tidak terbatas.

Yogyakarta, 23 Juni 2016

Penulis

Ahmad Hedar

NIM. 12210114

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
HALAMAN DAFTAR ISI	ix
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
D. Kajian Pustaka	7
E. Kerangka Teori	13
F. Metodologi Penelitian	31
G. Sistematika Pembahasan	35
BAB II: GAMBARAN UMUM (Kiai Busyro Karim dan Pilkada Sumenep Tahun 2015)	
A. Tentang Kiai Busyro Karim	37
B. Tentang Pilkada Sumenep Tahun 2015	50

BAB III: ANALISIS DAN PENYAJIAN DATA

A. Komunikator dan Kepemimpinan Politik-----	58
B. Pesan dan Persuasi Politik Kiai Busyro Karim -----	60
C. Saluran Politik Sebagai Media Pesan dan Opini Publik ----	65
D. Khalayak dan Kharakteristiknya-----	75

BAB IV: PENUTUP

A. Kesimpulan-----	86
B. Saran -----	87

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kontestasi Politik Kiai kian hari kian dinamis. Pasca runtuhnya orde baru yang ditandai dengan munculnya era reformasi, Kiai secara terang-terangan turut berpartisipasi aktif dalam kontes politik praktis. Jabatan posisi strategis di pemerintahan, seperti presiden, gubernur, hingga bupati pun diperoleh.

Kontestasi unik terjadi di pulau Madura, Jawa Timur. Seluruh pemerintahan kabupatennya, seperti di Bangkalan, Sampang, Pamekasan hingga Sumenep dijabat figur Kiai. Tak hanya bupati, dominasi tersebut merambah hingga sektor legislatif. Hal itu tak mengherankan, mengingat tingginya kepercayaan masyarakat Madura terhadap sosok Kiai.

Menurut data Komisi Pemilihan Umum (KPU) Jawa Timur , di kabupaten Bangkalan, selama 20 tahun terakhir, kursi Bupati dan DPRD dikuasai oleh Dinasti Kiai Fuad Amin dari pondok pesantren Syaichona Kholil. Fuad Amin sendiri menjabat sebagai bupati dari tahun 2008-2013, sedangkan kursi ketua DPRDnya dijabat oleh anaknya sendiri, Makmun Ibnu Fuad. Pada tahun berikutnya, saat Kiai Fuad Amin ditangkap KPK karena kasus korupsi blog migas madura, kursi Bupati Bangkalan langsung dijabat oleh Kiai Makmun Ibnu Fuad. Di Kabupaten Sampang, Bupati terpilih juga merupakan dari kalangan pesantren. Kiai Fannan Hasib yang menjabat Bupati Sampang periode 2014-2018 merupakan pengasuh pondok pesantren Attanwir. Demikian juga untuk kabupaten

Pamekasan, jabatan bupati dijabat oleh Kiai Khilolurrahman, selaku Pengasuh Pondok Pesantren Matsaratul Huda. Untuk Kabupaten Sumenep sendiri, Kiai Busyro Karim menjabat Bupati selama dua periode, sebelumnya, Kiai yang menjadi pengasuh pesantren Al Karimiyyah tersebut menjabat ketua DPRD Sumenep selama dua periode sejak tahun 1999-2005.¹

Kepercayaan tersebut muncul sebab peran sentral Kiai di tengah-tengah masyarakat madura. Kiai punya andil besar terhadap perkembangan pendidikan lewat dunia pesantren. Di pesantren, Kiai tak hanya melakukan *transfer of knowledge*, namun jauh dari itu ia juga hadir sebagai sosok yang dijadikan panutan masyarakat dalam belajar ilmu agama.

Clifford Geertz menyebutkan bahwa sosok Kiai dapat dilihat sebagai makelar budaya (*cultural broker*). Dalam analisisnya ia menemukan bahwa kiai berperan sebagai alat penyaring arus informasi yang masuk ke dalam lingkungan kaum santri, menularkan apa yang dianggapnya berguna dan membuang apa yang dianggapnya merusak bagi mereka.²

Pesantren dan Kiai (ulama) adalah dua entitas yang tak terpisahkan. Sikap hormat, takzim dan kepatuhan mutlak kepada Kiai adalah salah satu nilai pertama yang ditanamkan pada setiap santri. Kepatuhan itu diperluas lagi sehingga mencakup penghormatan kepada para ulama sebelumnya.³

¹ Dokumentasi kpujatim.go.id

² Clifford Geertz, *Abangan, Santri, Priyayi Dalam Masyarakat Jawa*, terj. Aswab Mahasin (Jakarta, Pustaka Jaya 1983)

³ Martin Van Bruinessen, *Pengantar: Abdurrahman Wahid, Kitab Kuning Pesantren dan Tarekat* (Bandung: Mizan, 1999), hlm. 18.

Sikap percaya dan takzimnya masyarakat terhadap Kiai memang ditentukan oleh kharisma Kiai. Kharisma seorang Kiai diperoleh dari sejauh mana ia berhasil mengelola pesantren dan lembaga keagamaan yang ia punya, serta yang tak kalah penting juga ialah sejauh mana seorang Kiai melakukan pengabdian kepada masyarakat.

Menurut Darwies Maszar, peran Kiai didalam pemerintahan memang sangat besar. Tidak hanya karena ia sebagai figure dan tokoh panutan masyarakat. Namun, karena akhlaknya dalam menjadi figure pemimpin, dianggap ideal oleh masyarakat. Keberadaan Kiai dalam wilayah politik praktis, kata Darwies, pada dasarnya tidak terlepas dari pro dan kontra usang tentang perlunya penyatuan atau pentingnya pemisahan antara agama dan negara.⁴

Dilihat dari model kepemimpinannya, menurut Zamarkashi Dhofier kebanyakan Kiai di Jawa berpandangan bahwa pesantren di ibaratkan sebagai kerajaan kecil. Kiai merupakan sumber mutlak dari suatu kekuasaan dan kewenangan (*Power of authority*) dalam lingkungan pesantren. Tidak seorangpun yang dapat menolak keputusan Kiai dalam sebuah pesantren kecuali bila ada Kiai lain yang dipandang lebih besar pengaruhnya⁵.

Di pihak lain, santri berkeyakinan bahwa Kiai yang diikutinya merupakan orang yang percaya penuh kepada dirinya (*self convidence*) baik

⁴ Darwies Maszar, *Perilaku Politik Ulama dan Kiai dalam Sorotan* (Surabaya, Elkaf, 2008), hlm. 1.

⁵ Zamarkasyi Dhofier, *“Tradisi Pesantren : Study Tentang Pandangan Kiai”*, (Jakarta : LP3S, 1982).

dalam urusan agama islam maupun dalam bidang kekuasaan dan manajemen pesantren.⁶

Di Kabupaten Sumenep, Madura, iklim politik Kiai memang begitu kental. Kiai menjadi aktor penggerak politik di tingkat pemerintahan. Kursi Bupati dan lembaga legislatif dalam beberapa periode pasca reformasi ini selalu ditempati oleh figur Kiai. Yang paling menonjol hingga hari ini ialah, Kiai Abuya Busyro Karim.

Tahun 2015 lalu, tepat di pemilihan umum serentak di seluruh daerah indonesia, kabupaten Sumenep juga menggelar pemilihan umum untuk memilih bupati Sumenep periode 2015-2020. Kiai Abuya Busyro Karim tampil sebagai pemenang dengan mengungguli pasangan Nyai Khofifah yang juga pengasuh pesantren di Sumenep. Sebelumnya, Kiai Busyro, panggilan akrabnya, sudah menjabat sebagai bupati Sumenep periode 2010-2015. Bahkan sebelum periode pemerintahan pertamanya sebagai Bupati, ia juga sudah menjabat sebagai ketua DPRD kabupaten Sumenep selama sepuluh tahun atau dua periode.

Peran kiai di Sumenep sebagai pemimpin agama memang sangat dekat dengan hal-hal yang bersifat politik. Hal ini tidak dapat dielakkan karena Kiai memiliki massa yang besar dan dengan sangat mudah menggerakkan massa (ummat) tersebut. Sementara sebagian massa tersebut adalah santri atau keluarga santri, atau mereka yang memiliki hubungan secara emosional keagamaan dengan

⁶ Ibnu Ansori, KH. A. Hasyim Asyari Muzadi *Religiutas dan Cita-cita Good Governance* (Sidoarjo: Citramedia, 2004), hlm. 7.

kiai. Dari kekuatan tersebut kiai memiliki peran yang kuat dan berbeda dibandingkan masyarakat pada umumnya.⁷

Dominasi Kiai tersebut memang tak bisa dilihat hanya dari tafsir kharisma bahwa Kiai adalah sosok yang tanpa celah dan kesalahan. Dalam konteks politik, aktor politik memiliki posisi yang sama. Hak dan kedudukan yang sama pula. Yang membedakan ialah bagaimana kemudian aktor politik tersebut dapat menggunakan dengan semaksimal mungkin kemampuan melakukan komunikasi politik yang ia miliki.

Sosok Kiai memang memiliki stratifikasi sosial lebih dominan daripada kontestan lain di Sumenep. Hal itu tak lepas dari efektifnya komunikasi politik yang digunakan oleh para Kiai. Kemenangan Kiai Abuya Busyro Karim salah satunya, ia menjadi simbol bahwa komunikasi politik yang dilakukannya merupakan akumulasi dari keseluruhan perannya sebagai sosok yang disegani masyarakat Sumenep secara luas.

Penelitian ini penting dilakukan untuk memperkaya diskursus komunikasi politik, khususnya yang melibatkan sosok Kiai sebagai aktor utama. Sudut pandang kiai yang menjadikan politik sebagai alat dakwah tentu memberikan ciri khas tersendiri dalam melakukan komunikasi politik. Apalagi, seperti yang peneliti uraikan diatas, hampir semua kabupaten di Madura, khususnya Kabupaten Sumenep, kepemimpinan politik di tingkat eksekutif dan legislatif dikuasai oleh sosok Kiai.

⁷ Abdul Chalik, “*Kiai dan Kekuasaan Sosial dalam Masyarakat Madura*, Jurnal Paramedia”, Vol. ;10, Tahun 2010.

Karenanya, peneliti kali ini akan mencoba menelisik lebih jauh terkait komunikasi politik yang digunakan oleh Kiai Abuya Busyro Karim sebagai sosok Kiai, pengasuh pesantren, serta politisi di Kabupaten Sumenep. Komunikasi politik memegang peranan penting bagi seorang politisi, termasuk Kiai, untuk mencapai tujuan-tujuan politiknya dalam pemilihan umum. Tanpa kemampuan komunikasi politik, sulit bagi para politisi untuk menyampaikan pesan-pesan politik, hingga kemenangan dalam kontesnya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan pemikiran diatas, maka rumusan masalah yang akan dijawab penelitian ini ialah.

Bagaimana komunikasi politik Kiai Abuya Busyro Karim dalam Pemenangan Pilkada Sumenep Tahun 2015?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini ialah untuk menggali lebih jauh proses komunikasi Politik Kiai Busyro Karim di Sumenep. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan hasilnya kemudian dapat menjadi acuan bagi para praktisi politik, baik aktivis, akademisi hingga kalangan muda yang memiliki integritas dan kredibilitas tinggi sebagai pemimpin rakyat.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi atau kajian bagi para peneliti yang fokus pada bidang komunikasi politik dalam islam, khususnya yang melibatkan tokoh atau sosok Kiai.

b. Kegunaan Praktis

Secara praksis penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan praktis bagi para akademisi, aktivis maupun tokoh masyarakat, khususnya yang corak daerahnya memiliki tingkat religiusitas dan penokohan pada figure, guna melakukan proses komunikasi politik dalam tujuan-tujuan kemaslahatan rakyat.

D. Kajian Pustaka

Penelitian terkait Kiai dan politik dari segi peran, pengaruh, perjuangan, hingga capaiannya dalam kontestasi politik nasional hingga daerah sudah pernah diteliti oleh beberapa ilmuwan dan praktisi. Pun demikian perihal strategi komunikasi politik para calon politisi, parpol hingga ormas dalam menyambut pemilihan umum yang juga sudah beberapa kali diteliti. Penelitian-penelitian tersebut misalnya seperti,

1. Disertasi Zamakhsari Dhofier (1982)

Penelitian Disertasi ini berjudul “*Tradisi Pesantren: Study Tentang Pandangan Kiai*”. Metode Penelitian ini ialah kualitatif, dengan menggunakan pendekatan sosilogis. Sedangkan analisis yang dipakai ialah bersifat deskriptif-historis-etnografis. Obyek yang diteliti ialah para Kiai di Pondok Pesantren Tegalsari dan Tebuireng. Inti sari dari hasil penelitian ini ialah pandangan-pandangan hidup Kiai yang tidak berhenti pada soal keagamaan

atau islam tradisional, namun lebih luas hingga persoalan sosial, politik hingga pendidikan modern.⁸

Letak persamaan dengan penelitian ini ialah pada subyek utamanya, yakni Kiai, kemudian metode penelitiannya yang kualitatif serta analisisnya yang bersifat deskriptif. Sementara perbedaannya ialah, pada obyek yang dikaji, jika penelitian Zamakhsari Dhofier menyoroti pandangan-pandangan hidup Kiai dalam pesantren, baik dari aspek agama, sosial, politik dan pendidikan, maka peneliti menyoroti Kiai pada aspek Komunikasi Politiknya saat terlibat dalam kontestasi politik praktis.

2. Buku Endang Turmudi (2004)

Buku ini berjudul "*Perselingkuhan Kiai Dan Kekuasaan*". Penelitian yang diterbitkan LKIS menjadi buku ini awalnya ialah disertasi. Metodologi penelitiannya ialah kualitatif dengan analisis bersifat deskriptif. Intisari dari hasil penelitian ini ialah menjelaskan perihal tipologi Kiai. Endang merumuskan bahwa Kiai terbagi menjadi tiga, yakni Kiai Pesantren, Kiai Tarekat dan Kiai Politik. Hasil lain dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa kharisma kiai yang konsisten di pesantren jauh lebih besar dibanding Kiai yang memilih terlibat dalam pentas politik praktis.⁹

Persamaan penelitian Endang dengan peneliti ialah pada metodologi penelitiannya. Endang menggunakan metodologi kualitatif berdasarkan study kasus atas fenomena keterlibatan Kiai dalam politik

⁸ Zamarkasyi Dhofier, "*Tradisi Pesantren : Study Tentang Pandangan Kiai*", (Jakarta : LP3S, 1982).

⁹ Endang Turmudi, "*Perselingkuhan Kiai Dan Kekuasaan*", (Yogyakarta : LKIS, 2004)

praktis. Sedangkan perbedaannya dengan peneliti ialah pada obyek yang dikaji, peneliti menyoroti komunikasi politik Kiai sedangkan obyek yang dikaji Endang ialah kasus beberapa Kiai di Jombang yang mulai masuk dalam lingkaran politik kekuasaan.

3. Tesis Muhammad Rosit (2012)

Penelitian tesis ini adalah “*Strategi Komunikasi Politik Dalam Pilkada*” (Study Kasus Pemenangan Pasangan Kandidat Ratu Atut dan Rano Karno pada Pilkada Banten 2014). Sesuai judulnya, penelitian ini dilakukan berdasarkan study kasus atas kemenangan pasangan Ratu Atut dan Rano Katno pada Pilkada Banten 2014. Metodologi yang dipakai dalam penelitian ini ialah kualitatif dengan analisis yang bersifat deskriptif. Intisari dari hasil penelitian Mohammad Rosit ini ialah bahwa strategi komunikasi politik yang menyebabkan kemenangan pasangan Ratu Atut ialah, senantiasa merawat timsesnya, berhasil meminta dukungan 11 partai parlemen dan 22 partai non parlemen, kemudian menggunakan faktor ketokohan dan jaringannya yang kuat dan kokoh.¹⁰

Persamaan penelitian Muhammad Rosit dengan penelitian ini ialah pada aspek metodologis dan analisisnya. Rosit menggunakan metode kualitatif yang bersifat analisis deskriptif. Sedangkan letak perbedaannya ialah, jika Rosit hanya mengkaji strategi komunikasi politiknya, maka peneliti fokus pada aspek komunikasi politik dalam arti yang lebih luas. Kemudian

¹⁰ Muhammad Rosit, “Strategi Komunikasi Politik Dalam Pilkada : *Study Kasus Pemenangan Pasangan Kandidat Ratu Atut dan Rano Karno pada Pilkada Banten 2014*,” Tesis, 2012.

subyek utama dalam penelitian Rosit ialah paslon Ratu Atut-Rano Karno yang notabenenya adalah sebagai figur artis. Berbeda dengan sosok Kiai Busyro Karim, yang memiliki latar belakang sebagai santri, kiai dan pesantren.

4. Tesis Siti Aminah (2014)

Tesis ini berjudul, *“Perjuangan Politik KH. Alawy Mohammad dan Pengaruhnya Terhadap Pesantren At-Taroqqi Sampang Madura”*. Dalam penelitian tersebut, Siti Aminah mendeskripsikan perjuangan politik seorang Kiai Alawy Mohammad yang pengasuh Pesantren At-Taroqqi di Kabupaten Sampang. Metodologi penelitian ini adalah kualitatif dengan analisis yang bersifat deskriptif. Data penelitian Siti Aminah didapat dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasilnya, bahwa perjuangan politik Kiai Alawy Muhammad bermula dari Partai Persatuan Pembangunan. Menurut penelitian ini, Kiai Alawy sangat setia terhadap PPP, sebab rela mundur dari NU untuk mengabdikan diri di PPP. Hingga akhirnya popularitas dan kualitas pendidikan pesantren yang diasuhnya semakin meningkat.¹¹

Persamaan penelitian Siti Aminah dengan Penelitian ini ialah pada aspek metodologis dan analisisnya. Siti Aminah menggunakan metodologi kualitatif dengan analisis yang bersifat deskriptif. Sedangkan perbedaannya ialah pada fokus kajian, subyek dan obyek yang diteliti. Siti Aminah fokus pada perjuangan politik seorang tokoh Kiai dan pengaruhnya terhadap

¹¹ Siti Aminah, *“Perjuangan Politik KH. Alawy Mohammad dan Pengaruhnya Terhadap Pesantren At-Taroqqi Sampang Madura”*, Tesis UIN Sunan Ampel Surabaya, 2014.

pesantren yang diasuhnya. Sedangkan fokus penelitian ini ialah pada aspek komunikasi politik seorang figur Kiai saat terlibat dalam pilkada.

5. Skripsi Nur Ahmad El Aufa (2015)

Skripsi ini berjudul “*Strategi Komunikasi Politik Dewan Pimpinan Wilayah Partai Persatuan Pembangunan Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Pemilu 2014*”. Penelitian tersebut menggunakan metodologi kualitatif dengan analisis yang bersifat deskriptif-interpretatif. Proses pengumpulan data dalam penelitian Nur Ahmad ialah dengan wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa PPP menggunakan beberapa strategi komunikasi politik saat pilkada Yogyakarta tahun 2014. Hal itu diantaranya ialah dilakukannya marketing dan periklanan politik PPP beserta kadernya di beberapa ruang publik.¹²

Persamaan penelitian Nur Ahmad dengan penelitian ini adalah pada topik dan metodologinya. Nur Ahmad mengambil topik komunikasi politik, meski pada aspek strateginya. Metodologinya menggunakan kualitatif. Sedangkan letak perbedaannya antara lain adalah sifat analisis Nur Ahmad adalah bersifat interpretatif. Penelitian Komunikasi Politik Kiai Busyro Karim ialah bersifat study kasus atas fenomena. Kesamaan lain adalah pada beberapa teori yang digunakan, salah satunya ialah teori Dan Nimmo soal marketing politik.

¹² Nur Ahmad El Aufa, “*Strategi Komunikasi Politik Dewan Pimpinan Wilayah Partai Persatuan Pembangunan Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Pemilu 2014*”, Skripsi UIN Suka Yogyakarta, 2015.

Beberapa penelitian terkait Kiai dan Politik beserta Strategi Komunikasi Politik politisi tersebut, belum ada sama sekali yang secara spesifik meneliti perihal komunikasi politik Kiai dalam mencapai proses kemenangan pada kontestasi itu. Khususnya di Sumenep Madura, yang secara kultur masyarakatnya memang sangat erat dengan Kiai dan pesantren. Peneliti-peneliti sebelumnya sebagian besar banyak fokus pada peran dan pengaruh politik Kiai serta komunikasi politik partai, yang mainstreamnya sudah menjadi konsumsi publik.

6. Skripsi Hasan Ma'ali (2014)

Penelitian Skripsi ini berjudul “*Strategi Komunikasi Politik Kiai Dalam Suksesi Pilpres 2014 (Studi Di Desa Gadu Barat Kecamatan Ganding Kabupaten Sumenep Madura)*”. Hasan menemukan fenomena Kiai yang menjadi tim sukses pilpres 2014 di Gadu Barat. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Kiai sampai melakukan kampanye untuk memenangkan beberapa calon legislatif dan eksekutif. Hal itu dilakukan karena Kiai dianggap tokoh yang harus dihormati dan ditakdzimi, termasuk pilihan politiknya. Metode penelitian skripsi ini adalah kualitatif dengan analisis yang bersifat deskriptif. Proses pengumpulan datanya dengan investigatif reporting, sedangkan untuk teori yang dipakai ialah teori komunikasi politik Harrold Laswell.

Skripsi Hasan Ma'ali mungkin agak mirip dengan penelitian ini. Misal dalam pengambilan topik komunikasi politik dan figur Kiai yang diambil. Termasuk dalam metodologi penelitian dan analisisnya. Namun tetap

ada perbedaan yang menjadi positioning penelitian ini terhadap skripsi Hasan. Hal itu seperti teori yang dipakai serta aspek subyek dan obyek penelitian. Hasan menggunakan teori Harrold Laswell, sedangkan penelitian ini menggunakan Dan Nimmo. Kemudian Subyek utama dalam penelitian Hasan ialah beberapa Kiai di lingkungan kecamatan Gadu, sedangkan Subyek utama penelitian ini ialah seorang tokoh Kiai, Incumbent bupati dan akan mencalonkan kembali. Fokus pada obyek yang dikajipun berbeda, Skripsi Hasan fokus pada strategi komunikasi politik Kiai sebagai sebagai tim sukses, sedangkan penelitian ini ialah komunikasi politik Kiai Busyro Karim dalam kemenangan dirinya saat pilkada Sumenep tahun 2015.

E. Kerangka Teori

1. Penegertian Komunikasi Politik

Secara definitif komunikasi politik memang sangat multimakna dan multidefinisi. Hal itu terjadi beriringan dengan perkembangan ilmu komunikasi dan komunikasi itu sendiri dengan aspek-aspek politik. Anwar Arifin menyebutnya sebagai suatu fenomena yang selalu hadir (ubiquitos).

McNair dalam Anwar Arifin menyebutkan bahwa komunikasi politik adalah komunikasi yang diupayakan untuk mencapai tujuan politik tertentu. Sedangkan Graber memandang bahwa komunikasi politik adalah proses pembelajaran, penerimaan dan persetujuan atas kebiasaan-kebiasaan atau aturan-

aturan, struktur dan factor-faktor lingkungan yang berpengaruh terhadap kehidupan politik ¹³.

Artinya dengan melihat varian definisi diatas, Komunikasi Politik pada dasarnya ialah proses penyampaian (pesan) politik dari aktor (komunikator) politik melalui ruang (media) kepada massa luas (komunikan/khalayak) untuk mendapatkan simpati, tujuan hingga kepentingan tertentu (efek/feedback).

2. Teori Komunikasi Politik Dan Nimmo

Pandangan Dan Nimmo soal komunikasi politik memang banyak mempengaruhi varian kajian dalam ilmu komunikasi politik. Dan Nimmo memiliki konseptualisasi yang utuh soal komunikasi politik. Dua bukunya yang diterbitkan terpisah, semuanya mengupas perihal komunikasi politik, baik dari konteks komunikator, pesan, media, khalayak dan efek. Nimmo juga menjelaskan relasi antara opini publik dan komunikasi politik.

Bagi Nimmo, komunikasi ditujukan sebagai tindakan bersama diantara dua orang atau lebih yang tidak independent ataupun dapat dikucilkan satu sama lain, tetapi terikat oleh makna yang diturunkan oleh mereka dari pertukaran citra melalui simbol-simbol.¹⁴

Sedangkan politik diartikan Nimmo sebagai kegiatan orang secara kolektif yang mengatur perbuatan mereka didalam konflik sosial. Artinya secara an sich, hakikat komunikasi politik ialah upaya sekelompok manusia yang memiliki

¹³Anwar Arifin, *Komunikasi Politik: Filsafat, Paradigma, Teori, Strategi, Tujuan dan Komunikasi Politik Indonesia* (Yogyakarta: Graha Ilmu, Cet. 1 2011), hlm. 12.

¹⁴Dan Nimmo, *Komunikasi Politik : Komunikator, Pesan dan Media* (Bandung, Remaja Rosdakarya Offset, cet II, 1993) hal.13

orientasi, pemikiran politik atau ideologi tertentu dalam rangka menguasai atau memperoleh kekuasaan.¹⁵

Selanjutnya, Nimmo mendeskripsikan secara terperinci tentang apa dan siapa itu komunikator politik. Bagi Dan Nimmo, komunikator politik adalah *pols*, yakni politikus yang hidupnya dari manipulasi komunikasi dan *vols*, yaitu warga negara yang aktif dalam politik berdasarkan paruh waktu (*part time*) dan sukarela (*Voluntary*). Lebih Jelas Nimmo menjelaskan seperti dibawah ini.

a) Komunikator Politik, Pemimpin dan Opini Publik

Setelah memberi deskripsi umum tentang siapa itu komunikator politik, Dan Nimmo dalam bukunya kemudian memberikan deskripsi khusus tentang sifat komunikator politik. Deskripsi tersebut merujuk terhadap siapa-siapa saja yang dapat dikatakan sebagai komunikator politik. Nimmo akhirnya mengkategorikan tiga jenis komunikator, yang pertama yakni Politikus yang bertindak sebagai komunikator politik, Profesional sebagai komunikator politik serta aktivis sebagai komunikator politik.

1) Politikus Sebagai Komunikator Politik

Menurut Nimmo, Politikus sebagai komunikator politik mengarah secara spesifik terhadap calon atau pemegang jabatan, tak peduli apakah mereka dipilih, ditunjuk atau pejabat karier, dan tidak mengindahkan apakah jabatan itu eksekutif, legislatif atau yudikatif. Hal itu sebab didasarkan kepada pekerjaan atau profesi mereka. Daniel Katz dalam Nimmo menunjukkan bahwa pemimpin politik mengarahkan pengaruhnya ke dalam dua arah, yakni mempengaruhi

¹⁵ Dan nimmo, *Komunikasi Politik : Khalayak dan Efek*, (Bandung, Remaja Rosdakarya Offset, 1989), hal.108.

alokasi ganjaran dan mengubah struktur sosial yang ada atau mencegah perubahan demikian. Dalam kewenangannya yang pertama politikus itu berkomunikasi sebagai wakil suatu kelompok atau langganan. Pesan-pesan politikus itu mengajukan dan atau melindungi tujuan kepentingan politik, artinya, komunikator politik dalam menyampaikan pesan-pesan politiknya sebenarnya mewakili kepentingan kelompoknya.¹⁶

Terminologi politikus sebagai komunikator politik tidak sempit hanya bagi mereka yang menjabat di ruang pemerintahan. Mengenai hal itu Nimmo mengklasifikasikan beberapa jenis politikus yang dapat bertindak sebagai komunikator Politik. Mereka antara lain adalah yang menjabat didalam atau luar pemerintahan, berpandangan nasional dan subnasional, serta berurusan dengan masalah beganda atau masalah tunggal.

2) Profesional sebagai Komunikator Politik

Kategori komunikator kedua dalam komunikasi politik ialah Profesional yang bertindak sebagai komunikator politik. Dalam pandangan Nimmo, komunikator professional adalah peranan sosial yang relative baru, suatu hasil sampingan dari revolusi komunikasi yang sedikitnya mempunyai dua dimensi utama, yakni munculnya media massa yang memintasi batas-batas rasila, etnis, pekerjaan wilayah dan kelas untuk meningkatkan kesadaran identitas nasional dan perkembangan serta-merta media khusus seperti majalah, stasiun

¹⁶ Ibid hal 30-31

radio dan televisi yang menciptakan publik baru untuk menjadi konsumen informasi dan hiburan.¹⁷

Keterlibatan professional sebagai komunikator politik menurut Nimmo, tak terlepas dari keterampilannya yang khas dalam mengolah simbol-simbol dan yang memanfaatkan keterampilan ini untuk menempa matarantai yang menghubungkan orang-orang yang jelas perbedaannya atau kelompok-kelompok yang dibedakan. Seorang komunikator professional kata James Carrey, adalah seorang makelar symbol, orang yang menerjemahkan sikap, pengetahuan dan minat suatu komunitas bahasa ke dalam istilah-istilah komunitas bahasa lain yang berbeda tetapi menarik dan dapat dimengerti. Komunikator professional menghubungkan golongan elit dalam organisasi atau komunitas manapun dengan khalayak umum, secara horizontal ia menghubungkan dua komunitas bahasa yang dibedakan pada tingkat struktur sosial yang sama.

Jelasnya, menurut Nimmo, komunikator professional adalah manipulator dan makelar symbol yang menghubungkan para pemimpin satu sama lain dan dengan para pengikut. Namun menurut Carey, yang sangat membedakan karakteristik komunikator professional adalah bahwa pesan yang dihasilkannya tidak memiliki hubungan yang pasti dengan pikiran dan tanggapannya sendiri. Artinya, komunikator professional beroperasi dibawah desakan atau tuntutan yang di satu pihak dibebankan oleh khalayak akhir dan di pihak lain oleh sumber asal. Ia, menurut Carey, ialah kelas professional yang menerjemahkan dan menginterpretasikan pesan dari suatu komunitas bahasa ke dalam idiom yang lain

¹⁷ Ibid hal 33

(khalayak) tanpa mengganti pesan sumber atau langganan itu dengan pandangan, gagasan, atau pikiran pribadi mereka. Para profesional ini, menjual keahliannya dalam memanipulasi, menjualkan, menghubungkan dan menginterpretasikan kepada para politikus yang lain.¹⁸

Klasifikasi komunikator profesional menurut Nimmo ialah dapat dibedakan berdasarkan penekanannya. Satu perangkat profesional mencakup para jurnalis, dan yang lain meliputi promotor. Jurnalis yang mewartakan pesan-pesan politik politikus dan mengubungkannya dengan khalayak dalam klasifikasi Nimmo masuk dalam komunikator Profesional, terlepas dia bekerja pada media cetak maupun elektronik.

Sedang promoter menurut Nimmo adalah orang yang dibayar untuk mengajukan kepentingan langganan tertentu. Yang termasuk dalam promoter adalah agen publisitas tokoh masyarakat yang penting, personel hubungan masyarakat pada organisasi swasta atau pemerintah, pejabat informasi publik pada jawatan pemerintah, sekretaris pers kepresidenan, periklanan perusahaan, manager kampanye dan pengarah publisitas kandidat politik, spesialis teknis (kameraman, produser, dan sutradara film, pelatih pidato) yang bekerja untuk kepentingan kandidat politik dan tokoh masyarakat lainnya, asisten administrative anggota kongres, dan semua jenis makelar symbol yang serupa.

3) Aktivis sebagai Komunikator Politik

Selanjutnya, tipe komunikator ketiga ialah Aktivis yang bertindak sebagai komunikator Politik. Dalam terminology Nimmo, komunikator jenis ini

¹⁸ Ibid hlm 34

pada umumnya tidak memegang jabatan pemerintahan. Ia berada dan berbicara pada kepentingan yang teorganisasi. Teknik atau kemampuan yang dimiliki komunikator jenis ini biasanya ialah *lobbying*, hal itu juga didukung oleh keberadaannya yang dapat tersambung dengan pejabat dan publik sekaligus.

Aktivis yang bertindak sebagai komunikator politik disisi lain dapat menjadi seorang atau kelompok penggiring tindakan dan perbuatan publik atas sikap-sikap dan pilihan politis, biasa disebut juga dengan pemuka pendapat. Karenanya, menurut Nimmo, komunikator jenis ini biasanya tampil dalam dua bidang. Pertama, mereka sangat mempengaruhi keputusan orang lain, artinya, seperti politikus ideologis dan promoter professional, mereka meyakinkan orang lain kepada cara berfikir mereka.

Kemudian yang kedua, komunikator jenis ini biasanya meneruskan informasi politik dari media berita kepada masyarakat umum. Dalam arus komunikasi dua tahap ini, gagasan sering mengalir dari media kepada pemuka pendapat dan dari mereka kepada bagian penduduk yang kurang aktif (Lazarsfeld, 1968:151).

b) Pesan dan Pembicaraan Politik

Pesan politik dapat disebut juga dengan pembicaraan politik. Ia memuat ucapan-ucapan, symbol-simbol maupun bahasa dari komunikator. Menurut Bell dalam Nimmo, ada tiga jenis pembicaraan yang mempunyai kepentingan politik yang pasti dan jelas sekali politis, ketiganya meliputi

pembicaraan tentang kekuasaan, pembicaraan pengaruh dan pembicaraan autoritas.¹⁹

Menurut Bell, Pembicaraan kekuasaan mempengaruhi orang lain dengan ancaman atau janji. Ia mencontohkan bentuknya seperti, Jika anda melakukan X , saya melakukan Y. Disini X adalah sikap orang lain yang diinginkan oleh pembicara, “Y” adalah maksud yang dinyatakan untuk memberikan lebih banyak janji atau lebih sedikit ancaman kenikmatan atas sesuatu bila sikap itu dilakukan. Kunci pembicaraan kekuasaan ialah bahwa saya mempunyai cukup kemampuan untuk mendukung janji maupun ancaman, dan bahwa yang lain mengira bahwa pemilik kekuasaan itu akan melakukannya.²⁰

Pembicaraan pengaruh terjadi tanpa saksi-saksi seperti itu, jika anda melakukan X, anda akan melakukan (merasa, mengalami, dsb) Y. Janji ancaman penyusunan dan pemerasan adalah alat tukar pada komunikasi kekuatan, pada komunikasi pengaruh alat-alat itu diganti dengan nasihat, dorongan, permintaan, dan peringatan. Seperti ditunjukkan oleh Bell, hubungan kekuasaan berdasar pada kemampuan manipulasi sanksi positif atau negative, tetapi pemberi pengaruh (karena prestise atau reputasinya) dengan berhasil memanipulasikan persepsi atau pengharapan orang lain terhadap kemungkinan mendapat untung atau rugi.

Sedang pembicaraan autoritas adalah pemberian perintah., Syarat-syarat tidak ada, dan pernyataan autoritas adalah “Lakukan X” atau dilarang

¹⁹ Bell, Power, Influence and authority, h. 15-69

²⁰ Dan Nimmo, *Komunikasi Politik : Komunikator, Pesan dan Media* (Bandung, Remaja Rosdakarya Offset, cet II, 1993). Hal 75

melakukan “X”. Yang dianggap sebagai penguasa ialah suara autoritas dan memiliki hak untuk dipatuhi.

Melalui pembicaraan, kata Nimmo, para komunikator politik menyelesaikan perselisihan-perselisihan mereka dengan menyusun perbendaharaan kata tentang asumsi, makna pengharapan, komitmen bersama. Perbendaharaan kata para komunikator politik berisi istilah-istilah yang samar seperti demokrasi, kemerdekaan, dan keadilan, yang maknanya diperselisihkan.

Dengan demikian, mengatakan bahwa pembicaraan politik adalah kegiatan simbolik berarti mengatakan bahwa kata-kata atau lambang dalam wacana politik tidak memiliki makna instristik yang independent dari proses berfikir mereka yang menggunakannya.²¹

Agar proses penyampaian tersebut diterima, menurut George Herbert Mead, pembicaraan politik harus menjadi pertukaran lambang-lambang berarti (signifikan). Bagi Mead, berfikir harus selalu melibatkan lambang. Lambang manapun adalah lambang signifikan jika ia mengakibatkan tanggapan yang sama pada orang lain yang dikumpulkannya didalam diri pemikir. Maka lambang signifikan adalah lambang dengan makna atau pengertian bersama bagi semua pihak dalam percakapan.

Menurut Nimmo, dengan merangsang orang untuk memberikan tanggapan dengan cara tertentu, untuk memainkan peran tertentu terhadap pemerintah, dan untuk mengubah fikiran, perasaan, dan pengharapan mereka, lambang politik signifikan memudahkan pembentukan opini publik. Sebagaimana

²¹ Lihat T.D. Weldon, *The Vocabulary of Politics*, Penguin Books, Baltimore, 1953.

lambang signifikan dari pembicaraan politik, kata-kata, gambar, dan tindakan komunikator merupakan petunjuk bagi orang-orang bahwa dapat mengharapkan sesama warga Negara menanggapi lambang-lambang itu dengan cara tertentu yang sudah diperkirakan.

Karena lambang membuat pengalaman bermakna dan karena itu menimbulkan keputusan, lambang terutama berguna sebagai peranti rerotis dalam perjuangan diantara kepentingan-kepentingan sosial untuk perolehan material. Dimana-mana, tulis Arthur Bentley, kepentingan pasti menyampaikan tuntutananya secara mutlak pada langit sosial, menyatakan diri dalam struktur bahasa pikitan yang memisahkannya dari asalnya dalam kegiatan dan usaha untuk membenarkan asal mulanya²²

Untuk menjaga kebaikan kepentingan-kepentingan khususnya saat menyampaikan lambang-lambang politi tersebut, maka menurut Nimmo, pemimpin politik *pertama* akan menggunakan symbol-simbol untuk memberikan jaminan kepada rakyat bahawa masalah sedang diatasi, walaupun sebetulnya relatif kecil yang telah dicapai oleh kebijakan yang berlaku, selanjutnya pemimpin politik juga menggerakkan dan memobilisasi dukungan untuk bertindak. Mitos dan Ritual adalah dua bentuk bahasa yang sangat penting dalam menggerakkan publik.

1) Persuasi Politik dalam Penyampaian Pesan Politik

Persuasi politik biasanya melibatkan tujuan, suatu usaha komunikator untuk mencapai tujuan melalui pembicaraan, maka persuasi adalah

²² Arthur Bentley, *Relativity in man and Society*, GP. Putnam's Sons, New York, 1926, h. 196-197

suatu proses timbale balik yang didalamnya komunikator, dengan sengaja atau tidak, menimbulkan perasaan responsif pada orang lain, baik itu perubahan dalam persepsi, kepercayaan, nilai dan pengharapan.²³

Persuasi politik dilakukan sesuai dengan kebutuhan obyek atau khalayak yang dituju. Ada beberapa jenis persuasi politik yang biasa dilakukan oleh komunikator politik. Nimmo mengkategorikan persuasi politik tersebut menjadi tiga. Pertama, persuasi sebagai Propaganda, Jacques Ellul, seorang Filosof Perancis, merangkumkan ciri-ciri ini dalam mendefinisikan propaganda sebagai komunikasi yang digunakan oleh suatu kelompok yang ingin menciptakan partisipasi aktif atau pasif dalam tindakan-tindakan suatu massa yang terdiri atas individu-individu, dipersatukan secara psikologis melalui manipulasi psikologis dan digunakan di dalam suatu organisasi²⁴

Selanjutnya persuasi politik sebagai periklanan, persuasi sebagai periklanan merupakan upaya mencetak, mengepak dan menjual kandidat melalui kampanye periklanan massal yang canggih secara teknis. Perbedaan lain dari propaganda dan periklanan menurut Nimmo ialah sasarannya, jika propaganda menysasar individu dalam kelompok, maka periklanan menysasar individu yang independent, merdeka dan terpisah dari kelompoknya.

Sedangkan yang ketiga adalah persuasi politik sebagai retorika. Retorika politik menurut Nimmo berbeda dengan propaganda dan periklanan, retorika adalah komunikasi dua arah, satu kepada satu, bukan satu kepada banyak, lebih-lebih ia bekerja melalui hubungan inheren, yang mempertalikan orang

²³ Lihat Talcot Parsons, "On The Concept of Influence, *Public Opinion Quarterly*, 27, Musim Semi, 1963, h.63-82.

²⁴ Jacques Ellul, *Propaganda*, Alfred A. Knof, New York, 1965, h. 61

bukan melalui orang-orang sebagai anggota kelompok (Propaganda) atau individu-individu yang anonim (Periklanan). Retorika menggunakan bahasa untuk mengidentifikasi pembicara dan pendengar melalui pidato. Pidato menurut Nimmo adalah negosiasi, ia adalah proses memberi dan menerima yang kreatif. Dengan proses situ, orang-orang menyusun mana bersama bagi kata-kata dan lambang-lambang lain, definisi situasi dan identitas posisi masing-masing.

c) Media Politik sebagai Saluran Komunikasi Politik

Saluran komunikasi politik, menurut Kenneth Burke, merupakan ciptaan makhluk pemakai lambang untuk melancarkan saling tukar pesan. Pendeknya, ia merupakan alat, saluran, serta mekanisme yang membuat pesan politik dari komunikator politik itu sampai. Dalam konteks komunikasi massa, saluran politik dapat berbentuk media massa, seperti Koran, majalah, tabloid, radio hingga televisi.

Bagi McLuhan dalam Nimmo, setiap media komunikasi mempunyai gramatika. Gramatika adalah aturan kerja yang erat hubungannya dengan gabungan indera (penglihatan, sentuhan, suara, penciuman, dsb) yang berkaitan dengan penggunaan media oleh seseorang. Setiap gramatika media dibiaskan untuk kepentingan indera tertentu. Maka sampai tahap ini, media merupakan perpanjangan dari indera manusia. Karena setiap media dibiaskan terhadap indera tertentu dan penggunaan media menghasilkan pengandaian yang berlebihan, atau bias, dalam keseluruhan pola indera manusia, akibatnya ialah bahwa media mempunyai akibat yang sangat kuat terhadap orang-orang yang menggunakannya.

1) Kampanye Politik

Kampanye politik merupakan upaya mempersuasi khalayak melalui periklanan massa (Komunikasi massa) dan retorik (komunikasi interpersonal). Ia dilakukan baik melalui hubungan tatap muka maupun melalui jenis media berperantara, yaitu media elektronik, media cetak, atau poster.

. Dalam konteks antar partai, ada tiga tujuan kampanye, pertama, ada upaya untuk membangkitkan kesetiaan alami para pengikut suatu partai dan agar mereka memilih sesuai dengan kesetiaan itu, kedua ada kegiatan untuk menjajaki warga Negara yang tidak terikat pada partai dan, menurut istilah Kenneth Burke untuk menciptakan pengidentifikasi diantara golongan independent. Ketiga, ada kampanye yang ditujukn pada oposisi, bukan dirancang untuk mengalihkan kepercayaan dan nilai anggota partai, melainkan untuk meyakinkan rakyat bahwa keadaan akan lebih baik jika dalam kampanye ini mereka memilih kandidat dari partai lain.

2) Kampanye Tatap Muka

Menurut Nimmo, rapat umum politik memberikan peluang utama kepada kandidat untuk melakukan komunikasi tatap muka didepan khalayak massa. Salah satu unsure penting dalam merencanakan rapat umum massa adalah persiapan pidato.

3) Surat Kabar

Tiga tipe isi surat kabar bertindak sebagai sarana bagi komunikasi kampanye, ihwal berita, editorial, dan iklan. Semuanya membantu pembinaan

citra dan penyajian masalah, namun menurut Nimmo, pembuatan citra adalah yang paling utama.

Periklanan politik melaksanakan fungsi lain diluar pembuatan citra dan penyajian masalah. Iklan politik dalam surat kabar, begitu pula yang dibagikan lewat brosur, selebaran dan surat langsung menyokong morel para pekerja kampanye. Apalagi, periklanan politik dalam media cetak adalah suatu cara untuk menyeludupkan iklan sewaktu-waktu yang keberatannya terlalu besar untuk diempatkan pada radio atau televisi.

4) Poster sebagai Perantara

Poster adalah salah satu teknik komunikasi kampanye yang paling beraneka warna dan paling menarik. Ia yang tersebar pada lanskap dalam setiap pemilihan, pada billboard, pohon, tiang telepon, atap gudang, dan dinding bangunan adalah contoh-contoh bentuk periklanan politik ini. Gary Yanker menyebut poster politik ini "Prop Art" (Seni Propaganda), seni yang digunakan tujuan propaganda.²⁵

Seperti media lain dari kampanye politik, menurut Nimmo, poster mencari dukungan luas untuk kandidat, partai, dan program partai, mengumumkan pertemuan politik dan rapat umum partai yang akan datang, membantu mengumpulkan dana, mengkritik oposisi, membina pengenalan nama bagi kandidat yang tak dikenal dan membangkitkan semangat para pekerja kampanye.

²⁵ Dan Nimmo, *Komunikasi Politik : Komunikator, Pesan dan Media* (Bandung, Remaja Rosdakarya Offset, cet II, 1993),

Yangker melukiskan bagaimana *pop art* menarik pemilih. Pertama, ada tanda yang mudah dikenal dimasukkan sebagai unsure pembela pada gambar poster, misalnya tangan yang diangkat, pose mengelus, atau kandidat dengan jas tergantung pada bahunya dan lengan kemeja digulung.

5) Kampanye Interpersonal

Kampanye interpersonal melibatkan komunikasi tatap muka dan berperantara. Dalam kampanye ini banyak memuat kepribadian komunikator politik. Kepribadian tersebut nantinya diartikulasikan lewat keluarga, kerabat, atau dirinya sendiri. Kampanye interpersonal juga dapat dilakukan lewat tokoh-tokoh agama, tokoh-tokoh masyarakat lokal, pejabat, akademisi maupun dari profesional seperti guru, dokter yang memiliki reputasi. Selanjutnya, yang mulai marak dilakukan ialah melalui tenaga sukarela atau sukarelawan dan populer disebut relawan.

Harrold D. Lasweel merumuskan komunikasi politik dengan konsep *Who Say What, Whom Through, What Channel and Effects*. Sedangkan secara praksis, formula tersebut dapat diklasifikasikan sebagai berikut.

1. *Who*, yang menunjukkan siapa yang menjadi aktor dan komunikator politik atau kandidat yang akan disusung maju dalam pemilu atau pilkada.
2. *Say What*, menunjukkan apa yang diucapkan selama kampanye, serta apa tema dan isi program kampanye yang ditawarkan,
3. *To Whom*, menunjukkan kepada siapa saja yang menjadi target kampanye, bagaimana bentuk khalayak yang dihadapi, apakah potensi untuk memilih

atau tidak, bagaimana sosio-demografik mereka, apakah mereka termasuk massa yang kritis atau menerima saja.

4. *Thought what channel*, menunjukkan tentang saluran atau media apa yang mereka gunakan dalam penyampain program kampanye. Apakah melalui komunikasi tatap muka atau jaringan media massa, keluarga, organisasi, kelompok sosial atau memakai media luar seperti spanduk, bendera, baliho dan symbol-simbol komunikasi lainnya.
5. *And what effect*, menunjukkan apa pengaruh dari kampanye yang diperoleh, apakah calon pemilih sudah mengenal kandidat atau belum, apakah mereka sudah menetapkan pilihan diantara kandidat yang ada, apakah ia tidak akan mengubah pilihannya lagi sampai hari pemungutan suara dan apakah ia memilih kandidat yang sudah dikampanyekan.

d) Opini Publik dan Khalayak

Khalayak, atau biasa disebut komunikan dalam ilmu komunikasi merupakan pihak yang menjadi tujuan disampaikannya pesan. Dalam konteks komunikasi politik khalayak adalah publik yang menerima pesan politik.

Bagi Nimmo, Opini publik adalah abstraksi dari khalayak komunikasi politik. Khalayak adalah sejumlah orang yang heterogen. Mereka menjadi khalayak komunikasi politik segera setelah mereka mengkristal menjadi opini publik. Akhirnya dari bayang-bayang opini publik itu, orang merekonstruksi cerita-cerita politik. Ini sebenarnya akibat opini publik.

Khalayak komunikasi politik yang ideal harus memiliki kepedulian dan perhatian terhadap pembicaraan politik. Hal itu tentu harus didukung oleh

infrastruktur informasi politik yang bebas dan mudah diakses. Hal itu dilakukan guna mewujudkan khalayak yang rasional berdasarkan pesan-pesan politik yang diterimanya.

Davison membedakan khalayak komunikasi politik ke dalam tiga kategori berdasarkan intensitasnya mengikuti informasi politik dan kepeduliannya terhadap masalah-masalah politik, ketiganya yaitu.

- 1) Publik Umum (general public)
- 2) Publik yang penuh perhatian (the attentive public)
- 3) Elit opini dan kebijakan (elite)

Ketiga tipologi khalayak komunikasi politik tersebut bisa digambarkan sebagai sebuah piramida terbalik, dengan masing-masing pembagian, sebagian besar publik umum, kemudian diikuti oleh publik berpehatian yang lebih sedikit, dan selanjutnya pembuat kebijakan yang sangat sedikit sebab terbatas kepada kelompok dalam lingkaran politik.

The attentive public dibutuhkan untuk menghubungkan general public dengan *elite*. Menurut Almond the attentive public merupakan sub kultur yang khusus tempat berbagai kelompok kepentingan berkembang terutama kelompok kepentingan dengan masalah-masalah kebijakan umum. Khalayak yang memiliki perhatian terhadap perkembangan politik yang berlangsung, sangat diperlukan bagi terciptanya system politik yang sehat. Ini berarti, khalayak tersebut memiliki akses informasi yang teratur baik melalui saluran antar pribadi maupun saluran media massa.²⁶

²⁶ <https://binderkuliah.com/catatan-kuliah-ip-2010-umy/diktat komunikasi-politik>

Sementara menurut Dan Nimmo, the attentive public memiliki peran yang penting dalam proses pembentukan opini public, hal itu, menurut Nimmo didasarkan pada

- 1) Peran public attentive yang menjadi saluran komunikasi antar pribadi dalam arus pesan timbale balik antara pemimpin politik dengan publik umum atau sebaliknya. Publik attentive merupakan khalayak kunci baik bagi komunikator massa maupun komunikator organisasional
- 2) Peran serta public attentive dengan para pemimpin politik sebagai pembawa consensus politik. Disini public attentive dianggap sebagai orang-orang atau kelompok-kelompok yang pada gilirannya dapat menunjang proses demokratisasi dalam masyarakat.
- 3) Public attentive dapat membantuk pemilih bayangan dalam periode antara masa pemilihan. Para politisi biasanya mempersepsikan opini di kalangan publik attentive sebagai opini publik secara umum.

e) Efek Komunikasi Politik

Efek atau feedback merupakan dampak atas disampaikannya pesan-pesan politik terhadap khalayak. Efek dalam komunikasi biasanya meliputi dampak avektif, kognitif dan perilaku/tindakan.

Sementara dalam konteks Komunikasi politik, menurut Nimmo, ada beberap efek yang dapat dihasilkan setelah pesan politik disampaikan oleh komunikator politik. Efek tersebut seperti adanya partisipasi khalayak dalam politik, kemudian mempengaruhi pemberian suara dalam pemilihan umum serta mempengaruhi pejabat dalam pembuatan kebijakan.

Ukuran adanya partisipasi khalayak dalam politik setidaknya ialah publik mau membicarakan persoalan politik yang berkembang. Jika sebelumnya pembicaraan politik dianggap tabu oleh masyarakat, lalu setelah komunikator menyampaikan pesan politik masyarakat menjadi tertarik untuk terlibat membicarakan, maka hal itu sudah menjadi indikasi adanya efek atau feedback.

Dalam konteks pemilu, efek juga bisa dirasakan saat khalayak yang menjadi sasaran pesan-pesan politik memberikan dukungan berupa suara. Artinya, pemberian suara yang diberikan oleh khalayak menjadi tanda bahwa mereka punya persepsi yang sama atas pesan politik komunikator.

Yang ketiga efek yang bisa muncul saat pesan-pesan politik disampaikan menurut Nimmo ialah saat ia mampu mempengaruhi pejabat yang membuat kebijakan. Kebijakan pejabat tentu sangat variatif, namun yang terpenting ialah kepentingan komunikator lewat pesan-pesan politik dapat tercapai lewat pejabat yang sudah terpengaruh.

F. Metodologi Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian yaitu, “Komunikasi Politik Kiai Busyro Karim Dalam Proses Pemenangan Pilkada Sumenep Tahun 2015”, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Seperti yang dijelaskan oleh Lexy J. Moloeng dalam bukunya, metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.²⁷

²⁷Lexy J. Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2013), hlm. 5.

Oleh karena itu, strategi penelitian ini terarah pada penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Bogdan dan Taylor mengatakan metodologi kualitatif sebagai prosedur-prosedur penelitian yang digunakan untuk menghasilkan data deskriptif, yang ditulis atau diucapkan orang dan perilaku-perilaku yang dapat diamati.²⁸

Studi deskriptif kualitatif adalah suatu metode untuk menggambarkan suatu gejala-gejala sosial atau berusaha mendiskripsikan fenomena soasial tertentu secara terperinci.²⁹

1. Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini diataranya adalah Kiai Abuya Busyro Karim sebagai pengasuh pondok pesantren Al-Karimiyyah sekaligus Bupati terpilih kabupaten Sumenep. Kemudian empat warga dari empat kecamatan yang menjadi basis perolehan suara Kiai Busyro Karim saat Pilakada Sumenep tahun 2015.

2. Obyek Penelitian

Obyek pada penelitian ini adalah komunikasi politik Kiai Busyro Karim dalam proses Pemenangan pilkada Sumenep 2015.

3. Sumber Data

a) Data Primer

Data primer diperoleh melalui proses penelitian langsung dari narasumber atau sasaran penelitian. Maka, yang menjadi narasumber atau sasaran penelitian penelitian adalah Kiai Abuya Busyro Karim sebagai kiai dan bupati

²⁸Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Yogyakarta: Pelangi Aksara, 2007), hlm. 44.

²⁹*Ibid*, hlm 45

terpilih di kabupaten Sumenep dan beberapa *sample* dari warga yang kecamatannya menjadi basis perolehan suara Kiai Busyro Karim.

b) Data Sekunder

Data sekunder yang diperoleh dari catatan-catatan atau dokumentasi terkait dengan penelitian yang diperoleh dari Komisi Pemilihan Umum dan Partai politik pendukung Kiai Abuya Busryo Karim.

c) Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Wawancara yang akan peneliti lakukan ialah dengan metode mendalam (*in-depth reporting*).

Sedangkan metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Beberapa macam bahan dokumenter seperti: otobiografi, surat-surat kabar, kliping, foto, buku dan lain-lain.

d) Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisa *interactive model* yang diperkenalkan oleh Miles dan Huberman. Teknik analisis ini pada dasarnya terdiri dari tiga komponen: reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan serta pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*).³⁰

Reduksi data dilakukan untuk menyederhanakan data yang telah diperoleh dari narasumber untuk difokuskan kepada tema penelitian penulis. Data tersebut kemudian ditampilkan dalam bentuk uraian verbal, kemudian

³⁰Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Yogyakarta: LKiS, 2007), hlm. 104.

disimpulkan dengan temuan di lapangan setelah dikonfirmasi menggunakan teori yang telah ditetapkan.

Empat tahapan yang harus dilakukan dalam teknik analisa data menurut Miles dan Huberman yaitu pertama, Pengumpulan data, pada proses ini dilakukan sebelum, saat, bahkan hingga di akhir penelitian. Pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah metode yang sudah dijelaskan di atas, yaitu interview dan dokumentasi.

Kedua adalah Reduksi data, proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh menjadi bentuk tulisan (*script*) yang akan dianalisis.

Tahapan ketiga berupa Display/penyajian data, yaitu mengolah data setengah jadi yang sudah seragam dalam bentuk tulisan dan memiliki alur tema yang jelas, untuk selanjutnya diolah dan dianalisis.

Sedangkan yang terakhir ialah kesimpulan/verifikasi, dengan menyimpulkan hasil analisis dan menyajikan hasil analisis dalam bentuk pemaparan yang dapat diterima dan dipahami.

e) Keabsahan Data

Peneliti menggunakan teknik triangulasi data. Teknik ini adalah upaya untuk mengumpulkan data lebih dari satu sumber. Triangulasi data menunjuk pada upaya peneliti untuk mengakses sumber-sumber yang lebih bervariasi guna memperoleh data yang berkenaan dengan persoalan yang sama.³¹

³¹*Ibid.*, hlm. 99.

G. Sistematika Pembahasan

Agar penelitian skripsi ini berjalan efektif, sistematis dan memiliki gambaran jelas maka dibutuhkan sistematika penulisan yang jelas pula. Adapun sistematika tersebut peneliti jabarkan sebagai berikut.

Bab I (Pendahuluan) terdiri dari,

- A. Latar Belakang
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian
- D. Telaah Pustaka
- E. Kajian Teori
- F. Metodologi Penelitian
- G. Analisis Data
- H. Sistematika Penulisan

Bab II (Gambaran Umum) terdiri dari

A. Tentang Kiai Busyro

- 1. Profil Singkat Kiai Busyro Karim
- 2. Masa Awal Terlibat dalam Organisasi Masyarakat dan Organisasi Politik
- 3. Masa Terlibat dalam Kontestasi Politik Praktis
- 4. Masa Menjabat di Pemerintahan Legislatif dan Eksekutif

B. Tentang Pilkada Sumenep Tahun 2015

- 1. Tahap Persiapan
- 2. Tahap Pelaksanaan

3. Polemik
4. Hasil

Bab III (Analisis dan Penyajian Dsts)

Komunikasi Politik Kiai Busyro Karim dalam Pilkada 2015

- A. Komunikator dan Kepemimpinan Politik**
- B. Pesan dan Persuasi Politik Kiai Busyro Karim**
- C. Saluran Politik Sebagai Media Pesan dan Opini Publik**
- D. Khalayak dan Karakteristiknya**
- E. Efek Komunikasi Politik dan Partisipasi Politik**

Bab IV (Penutup dan Kesimpulan)

- A. Penutup**
- B. Kesimpulan**

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan dan analisis berdasarkan teori Dan Nimmo, beberapa kesimpulan dalam penelitian ini ialah,

1. Kiai Busyro Karim merupakan figur publik yang kharisma dan pengaruhnya diakui oleh masyarakat Sumenep, baik sebagai Kiai maupun tokoh Bupati. Karenanya dia menjadi komunikator utama dalam pilkada Sumenep tahun 2015.
2. Pesan-pesan politik yang disampaikan Kiai Busyro Karim pada saat proses pemenangan pilkada Sumenep tahun 2015 ialah penyampaian hasil kinerjanya selama menjabat Bupati, dan visi misinya jika terpilih kembali menjadi Bupati periode kedua. Dalam proses transmisi pesan ini, Kiai Busyro Karim melakukan persuasi politik berupa retorika, pengiklanan dan propaganda ke beberapa tokoh masyarakat, kepala desa, budayawan, karang taruna serta ormas NU.
3. Saluran dan media politik Kiai Busyro Karim ialah, PKB dan media massa Mata Sumenep.
4. Khalayak Kiai Busyro Karim ialah tokoh-tokoh masyarakat seperti Kepala Desa, Budayawan, Karang Taruna serta ormas seperti NU dan Ansor. Kategori masyarakat seperti itu disebut Nimmo sebagai *The Attentive Public*

5. Sedangkan efek dari proses penyampaian pesan politik Kiai Busyro Karim ialah berupa penerimaan dan partisipasi politik langsung oleh masyarakat Sumenep saat Pilkada Sumenep tahun 2015.

B. Saran

Ada beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan dalam rangka progress penelitian, baik kepada kampus maupun peneliti-peneliti selanjutnya.

1. Meningkatkan kapasitas penelitian mahasiswa dengan senantiasa melibatkannya dalam proses penelitian yang dilakukan oleh dosen. Kampus melalui bidang akademik maupun lembaga unit penelitian tentu sangat bisa mengupayakan realisasi itu.
2. Sebagai bentuk apresiasi terhadap hasil penelitian mahasiswa, kampus seharusnya merekomendasikan atau mempublish hasil skripsi mahasiswa ke Jurnal-jurnal lokal dan nasional. Hal ini sekaligus untuk menciptakan suasana iklim akademik yang kompetitif.
3. Dari penalaman penelitian ini, saya ingin memberi saran kepada teman-teman mahasiswa, agar menyusun road map penelitian sebelum akan turun ke lapangan. Hal itu dilakukan untuk mempermudah matriks kerja maupun deadline pada tiap tahap penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ansori, Ibnu, KH. A. Hasyim Asyari Muzadi *Religiutas dan Cita-cita Good Governance*, Sidoarjo: Citramedia, 2004
- Arifin, Anwar, *Komunikasi Politik: Filsafat, Paradigma, Teori, Strategi, Tujuan dan Komunikasi Politik Indonesia*, Yogyakarta: Graha Ilmu, Cet. 1 2011
- Bentley, Arthur *Relativity in man and Society*, GP. Putnam's Sons, New York, 1926
- binderkuliah.com/catatan-kuliah-ip-2010-umy/diktat komunikasi-politik
- Bruinessen Van, Martin, *Pengantar: Abdurrahman Wahid, Kitab Kuning Pesantren dan Tarekat*, Bandung: Mizan, 1999
- Bungin, M. Burhan, *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, edisi 2, Jakarta: Kencana, 2012
- Chalik, Abdul, "Kiai dan Kekuasaan Sosial dalam Masyarakat Madura, Jurnal Paramedia, Vol. ;10, Tahun 2010
- Dhofier, Zamakhsyari, *Tradisi Pesantren Studi Tentang Pandangan Hidup Kyai*, Jakarta LP3ES, 1982
- Ellul, Jascues, *Propaganda*, Alfred A. Knof, New York, 1965
- El Aufa, Nur Ahmad, "Strategi Komunikasi Politik Dewan Pimpinan Wilayah Partai Persatuan Pembangunan Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Pemilu 2014" Skripsi, 2015
- Eriyanto, *Analisis Framing : Kontruksi, Ideologi, dan Politik Media*, LKIS, Yogyakarta, 2002
- Geertz, Clifford, *The Javanese Kiaji: The Changging Role Of a Cultural Broker dalam comparative Studies in Society and History 1959-1960*
- Harrold Laswell, *The Structure and Function Of Communication*, 1948.
- Horikhusi, Hiriko, *Kiai dan Perubahan Sosial*, Jakarta, P3M, 1987
- kpud-sumenepkab.go.id

Maszar, Darwies, *Perilaku Politik Ulama dan Kiai dalam Sorotan*, Surabaya: Elkaf, 2008

Moloeng Lexy J., *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2013

Nimmo, Dan, *Komunikasi Politik : Komunikator, Pesan dan Media*, Bandung, Remaja Rosdakarya Offset, cet II, 1993

Parsons, Talcot, On The Concept of Influence, *Public Opinion Quarterly*, 27, Musim Semi, 1963

Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Yogyakarta: LKiS, 2007

Rosit, Muhammad, "*Strategi Komunikasi Politik Dalam Pilkada*" (Study Kasus Pemenangan Pasangan Kandidat Ratu Atut da Rano Karno pada Pilkada Banten 2014), Tesis, 2012

Rozaki, Abd, "*Perjuangan Politik KH. Alawy Mohammad dan Pengaruhnya Terhadap Pesantren At-Taroqqi Sampang Madura*, Jurnal penelitian, 2014

Turmudi, Endang, "*Perselingkuhan Kiai Dan Kekuasaan*". LKIS, 2004

Weldon, T.D., *The Vocabulary of Politics*, Penguin Books, Baltimore, 1953

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Curriculum Vitae

Nama : Ahmad Hedar
Tempat, Tanggal Lahir : Sumenep, 03 April 1995
Alamat : Jl. Veteran, Yogyakarta
Alamat Email : dehaedar@gmail.com
No Hp : 082 225 434 796
Gender : Laki-laki
Agama : Islam
Status : Mahasiswa
Warga Negara : Indonesia



Data Pendidikan

1. SDN Dapenda I, Batang-batang Sumenep, 2000-2006
2. SMP I Atta'awun, Sumenep, 2006-2009
- 3.
- 4.
5. SMA I Annuqayah, Sumenep, 2009-2012
6. S 1, Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2012-Sekarang

Prestasi

1. Siswa Tauladan SMP I Atta'awun
2. Juara II Lomba Debat ilmiah Tingkat SMA se Annuqayah, tahun 2011
3. Juara II Lomba Debat ilmiah Tingkat SMA se Madura, INSTIKA 2012
4. Juara 1 Lomba Menulis OPINI tingkat Santri Timur Daya Annuqayah, 2011
5. Juara 1 Lomba Menulis Artikel Kurikulum Pesantren, Majalah MUARA 2011
6. Tulisan-tulisan mengenai Kurikulum Pesantren, Budaya Madura dan Pendidikan Pernah Dimuat di Koran Radar Madura, Jawa Pos.
7. Juara II Lomba Debat Ilmiah, Opak UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

8. Memutar Film Senyap dan diskusi publik tragedi 65 Secara Massal di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
9. Aksi Menurunkan Beban Uang Kuliah Tunggal di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2015, Goal.

Pengalaman Organisasi

1. Pemimpin Redaksi Pers Mahasiswa RHETOR, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013-2014
2. Kadiv Agitasi Propaganda Keluarga Mahasiswa Pecinta Demokrasi (KMPD), 2014-2015.
3. Pemimpin Umum Pers Mahasiswa RHETOR, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014-2015.
4. Koordinator Umum Front Pers Mahasiswa Yogyakarta menolak kenaikan BBM 2014.
5. Koordinator Umum Front Perjuangan Demokrasi, 2015-Sekarang.
6. Divisi Advokasi Perhimpunan Pers Mahasiswa Indonesia. 2015-sekarang.
7. Kordinator Umum Komite Bersama Reformasi

Kemampuan

1. Pengorganisir
2. Jaringan dan Komunikasi
3. Persentasi
4. Reportase dan investigasi
5. Menulis artikel, opini, essai, press release dan News.
6. Menguasai MS. Office (ex : word, exel)

Wawancara dengan Kiai Busyro Karim

19 Juli 2016.

Data Responden

Nama Lengkap : K.H. A. Busyro Karim

Nama Panggilan : Kiai Busyro Karim

Lahir : Sumenep, 10 Januari 1961

Pekerjaan : Bupati Sumenep 2016-2021, Pengasuh Pondok Pesantren AL-Karimiyyah

Pertanyaan dan Jawaban Wawancara

1. Siapa Komunikator Utama Saat Pilkada Sumenep Tahun 2015?

Ya, sudah pasti saya sebagai komunikator dalam pilkada kemarin. baik sebagai Kiai, politisi dan juga tokoh politik Ya, sudah pasti saya sebagai komunikator dalam pilkada kemarin. baik sebagai Kiai, politisi dan juga tokoh politik

2. Pesan-pesan politik yang anda sampaikan saat Pilkada Sumenep tahun 2015, seperti apa?

Pesan yang saya sampaikan kepada masyarakat ialah mengingatkan mereka terhadap kebijakan apa yang sudah saya lakukan selama menjabat sebagai Bupati periode sebelumnya. Saya mengingatkan kemajuan-kemajuan yang sudah terjadi selama lima tahun itu, terus kedua dengan meminta masukan kepada masyarakat terkait kekurangan dan kelemahan saya yang harus dibenahi pada tahun-tahun yang akan mendatang

3. Point pesannya?

Pertama Kesehatan. Puskesmas, kan sudah sudah gratis semua sampai rumah sakit. Itu diingetin, bahwasanya ini kebijakan saya. Di Kabupaten lain di Jawa Timur gak ada yang seperti ini, rumah sakit bebas, puskesmas bebas

4. Persuasi yang anda lakukan?

Dengan jargon. SUPER MANTAP itu Visi saya. Itu singkatan dari Pemerintahan Sumenep yang Mandiri, Agamis, Nasionalis, Adil dan Transparan. Dan Itu digunakan, sudah lima tahun, tidak ada Visi yang sampai diingat oleh masyarakat kecil kecuali di Sumenep. Tidak ada, SUPER MANTAP, itu saja

5. Media yang anda gunakan?

Kalau medianya yang pertama jelas Partai. Kebetulan saya di PKB. Apalagi pada saat itu PKB menang mutlak sampai 25 kursi dari 45 kursi. Sehingga kami di DPRD itu bisa secara leluasa mengatur kebijakan-kebijakan, hingga nilai-nilai yang ada di pesantren yang harus diperjuangkan itu lebih gampang

Kalau media massa, bagi saya tidak perlu ada informasi khusus, sebab bagi saya jika pimpinan sudah melakukan yang terbaik, melakukan inovasi dan kreasi, maka dengan sendirinya media akan memuat. Jadi bagi saya, semua media itu penting, baik cetak maupun online, itu semua bagi seorang politisi itu penting. Tapi bagi saya yang terpenting adalah bagaimana kami mengkomunikasikan kebijakan yang berpihak kepada rakyat. Jadi tidak perlu khusus.

6. Artinya anda tidak menggunakan Media Massa Khusus?

Kalau secara khusus tidak ada, namun kalau (media) majalah Mata Sumenep (sekarang Mata Madura) itu memang banyak tulisan-tulisan yang merekam apa yang saya lakukan, misalnya yang sudah saya lakukan selama lima tahun, yang sudah saya lakukan beberapa tahun terakhir, dan yang sedang saya lakukan di beberapa tempat

7. Kalau Komunikan/Khalayak Anda siapa dan seperti apa?

Ada dua. Yakni khalayak struktural dan kultural. Kalau yang di struktur itu ya struktur partai itu yang diperkuat, karena kemaren ada PKB, PDI P, Nasdem ya ketiga partai itu yang diperkuat. Yang kedua kultur, ada organisasi keagamaan, Ansor, NU, dll, pokoknya organisasi keagamaan

Lampiran Berita Pilkada Sumenep tahun 2015

← → ↻ mediamadura.com/mk-putusan-gugatan-za-eva-ditolak-panwas-berharap-semua-menerima/

MK Putuskan Gugatan ZA-EVA Ditolak, Panwas Berharap Semua Menerima

Jan 26, 2016 0 respond

Tweet Recommend 16 Share G+1 0 Pin it



Ketua Panwaslih Sumenep, Moh Amin

Bola Madura

Gomes Sebut Perjuangan Madura United Masih Panjang
Pamekasan, 22/4 (Media Madura) – Pelatih Madura United Gomes De...
[READ MORE »](#)

Madura United Gagal Bawa Pulang Poin dari Lamongan
Lamongan, 21/4 (Media Madura) – Madura United gagal membawa pulang...
[READ MORE »](#)

Pelatih Madura United Waspada Semangat Pemain Per...
Pamekasan, 21/4 (Media Madura) – Pelatih Madura United, Gomes De...
[READ MORE »](#)

Madura United Tak Galau Meski Tanpa Odemwingie di ...

← → ↻ berita.suaramerdeka.com/gugatan-di-pilkada-sumenep-ditolak-mk/

SM SUARAMERDEKA.com Ready For Some Challenging Actions?

SM PILKADA 2017 ENTERTAINMENT SPORT & OTOMOTIF SEPAKBOLA TRAVEL BISNIS NASIONAL PRINGGITAN MANCA NEGARA SMTV EKSPRESI

Home » Nasional » Gugatan di Pilkada Sumenep Ditolak MK

Gugatan di Pilkada Sumenep Ditolak MK

26 Januari 2016 15:40 WIB Category: Nasional, SmCetak Dikunjungi: kali A+ / A-



Waiter for audientu.com

BERITA TERBARU

Jalan Digraniti, Drainase Kawasan Menara Kudus Perlu Ditata
26 April 2017 8:42 WIB

Gubernur Aceh Sambut Pimpinan PTKIN

Daftar Pasangan Calon



DAFTAR PASANGAN CALON BUPATI DAN WAKIL BUPATI KABUPATEN SUMENEP TAHUN 2015



Select Language ▼ Select Language ▼
Powered by Google Translate

Pencarian (Masukkan Kata Kunci)

Search...

Kalender Kegiatan

August 2016

M	T	W	T	F	S	S
1	2	3	4	5	6	7

Waiting for KPU Sumenep...



1



2



Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sumenep







Daftar Pemilih Tetap



Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sumenep







Daftar Pemilih Tambahan 1 (DPTb-1)

NO	NAMA KECAMATAN	JUMLAH DESA	JUMLAH TPS	JUMLAH PEMILIH		
				L	P	L+P
1	KOTA SUMENEP	16	145	26.425	28.118	55.543
2	KALIANGET	7	74	14.515	16.403	30.918
3	MANDING	11	60	10.840	12.191	23.031
4	TALANGO	8	80	14.960	18.308	33.268
5	BATUAN	7	27	4.537	4.905	9.442
6	BLUTO	20	107	17.544	19.272	36.816
7	SARONGGI	14	79	13.508	15.785	29.293
8	LENTENG	20	123	23.365	26.143	49.508
9	GELI GENTING	8	59	9.908	11.580	21.488
10	GULUK-GULUK	12	125	21.068	22.787	43.855
11	GANDING	14	77	14.342	16.112	30.454
12	PRAGAAN	14	141	24.288	27.032	51.320
13	AMBUNTEN	15	81	14.911	17.251	32.162
14	PASONGSONGAN	10	120	20.735	21.958	42.693
15	DASUK	15	61	11.479	13.038	24.517
16	RUBARU	11	82	14.784	16.668	31.452
17	BATANG-BATANG	16	105	20.033	23.244	43.277
18	BATUPUTH	14	89	16.801	19.347	36.148
19	DUNGEK	15	88	14.390	17.118	31.508
20	GAPURA	17	76	13.986	16.141	30.127
21	GAYAM	10	84	13.520	15.731	29.251
22	NONGGONONG	8	45	5.294	6.208	11.502
23	RAAS	9	81	14.958	16.807	31.765
24	MASALEMBU	4	67	10.911	11.742	22.653
25	ARIASA	19	153	31.689	33.657	65.346
26	SAPEKEN	11	117	17.271	18.097	35.368
27	KANGAYAN	9	54	9.951	10.500	20.451
JUMLAH		334	2.408	428.023	477.141	905.164

NO	NAMA KECAMATAN	JUMLAH DESA	JUMLAH TPS	JUMLAH PEMILIH		
				L	P	L+P
1	AMBUNTEN	5	6	2	8	8
2	ARIASA	0	0	0	0	0
3	BATANG-BATANG	9	14	14	9	14
4	BATU PUTIH	2	2	2	2	4
5	BATUAN	5	7	7	8	13
6	BLUTO	11	19	16	12	28
7	DASUK	3	4	3	1	4
8	DUNGEK	1	4	4	0	1
9	GANDING	4	10	17	17	34
10	GAPURA	2	2	1	1	2
11	GAYAM	0	0	0	0	0
12	GELI GENTING	2	5	8	8	16
13	GULUK-GULUK	9	9	0	0	0
14	KALIANGET	5	8	13	7	20
15	KANGAYAN	3	3	3	1	4
16	KOTA SUMENEP	8	15	55	22	77
17	LENTENG	4	6	4	2	6
18	MANDING	4	5	4	3	7
19	MASALEMBU	0	0	0	0	0
20	NONGGONONG	1	1	1	1	2
21	PASONGSONGAN	0	0	0	0	0
22	PRAGAAN	14	98	221	187	418
23	RAAS	0	0	0	0	0
24	RUBARU	0	0	0	0	0
25	SAPEKEN	0	0	0	0	0
26	SARONGGI	0	0	0	0	0
27	TALANGO	1	2	2	0	2
TOTAL		84	205	374	284	658

No	Kecamatan	Perolehan Suara Pasangan Calon		Jumlah Suara Sah
		1. Dr. H. A. Busyro Karim/Fauzi	2. Dr. H. Zainal Abidin/Dewi Khalifah	
1	Ambunten	9.107	9.947	19.054
2	Arjasa	10.992	23.054	34.046
3	Batang-Batang	12.505	14.050	26.555
4	Batu Putih	13.095	13.291	26.386
5	Batuan	3.933	3.161	7.094
6	Bluto	13.149	14.077	27.226
7	Dasuk	7.767	7.618	15.385
8	Dungkek	14.910	7.410	22.320
9	Ganding	12.765	8.624	21.389
10	Gapura	14.241	8.429	22.670
11	Gayam	11.703	7.940	19.643
12	Gili Genting	6.144	4.502	10.646
13	Guluk-Guluk	13.914	18.909	32.823
14	Kalianget	12.055	8.933	20.988
15	Kangayan	5.701	4.536	10.237
16	Kota Sumenep	19.499	17.631	37.130
17	Lenteng	21.037	16.630	37.667
18	Manding	9.119	7.959	17.078
19	Masalembu	3.540	6.361	9.901
20	Nung Gunung	4.721	3.261	7.982
21	Pasongsongan	12.970	13.165	26.135
22	Pragaan	15.365	25.492	40.857
23	Raas	8.052	8.904	16.956
24	Rubaru	9.652	12.142	21.794
25	Sapeken	11.468	9.896	21.364
26	Saronggi	13.060	8.276	21.336
27	Talango	11.423	7.581	19.004
28	Pindahan	161.981	154.481	316.462
Jumlah Total		301.887	291.779	593.666

Lampiran Transkrip Wawancara Warga

Dalam penelitian,

” Komunikasi Politik Kiai Busyro Karim dalam Pemenagan Pilkada Sumenep
2015”

07-02-2017

Data Responden

Nama : Ibno Hajar

Alamat : Desa Poteran, Kecamatan Talango, Kabupaten Sumenep

Umur : 27 Tahun

Aktifitas/Pekerjaan : Wakil Ketua Karang Taruna Tunas Bangsa Poteran, Advokat

Pertanyaan

1. Bagaimana Respon Terhadap proses penyampaian Pesan politik yang disampaikan Oleh kiai Buysro KARim
2. Bentuk penyampaian pesan yang disampaikan disana?
3. Bagaimana tindakan yang anda lakukan paska menerima pesan politik tersebut?
4. Pilihan politik dalam pilkada 2015?
5. Efektifkah penyampaian pesan yang dilakukan oleh kiai busyro?
6. Bagaimana kiai busyro karim bisa memperoleh banyak simpati?

Jawaban

1. Bentuk Penyampaian pesan kiai Busyro Karim ; kalau penyampaianya terhadap masyarakat sangat bagus sekali ya, pertama dia mendekati kiai desa atau tokoh masyarakat. Timsesnya juga turun ke lapangan. Ketika ada semacam perayaan nikah, itu selama tahun 2015 turun ke lapangan,

menghadiri undangan lalu menyampaikan visi misinya, lalu kalau ada acara budaya nari, dia juga ikut nari.(Persuasi Politik)

2. Sebagai pemuda poteran, pertama saya akan menagih janji politik, saya akan melakukan konsolidasi untuk audiensi untuk menagih janji-janji politik Busyro. Kita selalu melakukan control terhadap visi misi Busyro karim ketika gk ditepati. (Tindakan)
3. Kalau saya sebagai karang taruna, saya mencoba untuk independent terhadap yang namanya politik, kedua, kita harus melakukan penyadaran masyarakat tentang money politik bahwasanya tidak ada money politik. Ketiga kita akan mengajari masyarakat tentang demokrasi yang sebenarnya, bukan di iming-imingi dengan adanya visi misi tadi, kita memilih mana yang bagus mana yang tidak, kalau saya pribadi saya golput, karean selama periode pertama tidak terbukti visi misinya Busyro Karim (Pilihan Politik)
4. Kalau berbicara masalah efektif atau tidak efektif, itu sangat efektif. Cara penyampaiannya terhadap masyarakat mudah dicerna, dia memakai bahasa-bahasa masyarakat. Itu sangat efektif ketimbang calon lain (Efektifitas)
5. Karena pertama, Kiai Busyro Karim itu punya latar belakang pondok pesantren, dia sebagai Kiai, terus dia paham tentang agama, sehingga masyarakat sangat simpati terhadap Kiai Busyro Karim. Ini ada masa depan yang cerah kalau dipimpin Kiai Busyro Karim, itu kebutuhan mendasar masyarakat desa poteran, sehingga dia mendapat suara banyak, janjinya seperti pengadaan listrik di kepulauan itu sangat membantu masyarakat dalam pertanian misalnya.(Alasan Penerimaan)

Lampiran Transkrip Wawancara Warga

Dalam penelitian,

” Komunikasi Politik Kiai Busyro Karim dalam Pemenagan Pilkada Sumenep 2015”

Nama Reponden : Faruqi Munif

Alamat : Gapura Timur, Kecamatan Gapura, Kabupaten Sumenep

Aktifitas : Seniman Sumenep

1. Bagaimana Respon Terhadap proses penyampaian Pesan yang disampaikan Oleh kiai Buysro KARIM
2. Bagaimana tindakan yang anda lakukan paska menerima pesan tersebut?
3. Pilihan politik dalam pilkada 2015? Efektifkah penyampaian pesan yang dilakukan oleh kiai busyro?
4. Bagaimana kiai busyro karim bisa memperoleh banyak simpati.

Jawaban Wawancara dengan Faruqi Munif, 26-01-2017

1. Pertama, Karena saya pribadi sebagai Seniman, saya mencoba memahami situasi Kiai Busyro sebagai pelaku politik sekaligus subyek populer. Karena bagi saya, pesan yang disampaikan atau ditransmisikan Kiai Busyro kepada masyarakat itu tidak semata-mata pesan yang sarat dengan nilai-nilai lokalitas di Masyarakat. atau di Madura, umumnya sebagai pesan yang bernuansa gerakan kemasyarakatan atau gerakan keagamaan karena disana notabene adalah daerah yang sangat kental agamanya. Akan tetapi itu ada pesan ganda. Jadi yang disampaikan oleh Kiai Busyro juga salah satunya bisa jadi itu hanya untuk kepentingan politik. Bagaimana Kiai Busyro bisa memperoleh pengaruh dan mendapat banyak suara saat pilkada, atau malah menjadikan posisinya itu sebagai keuntungan bagi dirinya untuk memperoleh kekuasaan. (Tanggapan)
2. Pertama, tindakan saya, lewat jaringan seni di SUMenep mencoba untuk kritis, karena ternyata persoalan disana itu bukan hanya soal keagamaan. Tapi ternyata banyak sekali program-program yang tidak terealisasi dan masyarakat tidak tau itu. Yang tau, masyarakat melihat kiai busyro karim sebagai subyek populer yang harus diikuti fatwa-fatwanya, pesan-pesan yang disampaikan ke masyarakat. Ya kami coba analisis dulu, pesan kiai Busyro, dan kami mencoba kritis dan membikin gerakan-gerakan, walaupun tidak menasar langsung terhadap kiai busyro sebagai Kiai dan

subyek populer. Kita mencoba bikin semacam gerakan, ikut dalam gerakan menyelamatkan tanah dari investor. Karena ternyata pesan Kiai Busyro tidak berlaku bagi masalah yang sedang terjadi. Ternyata tidak memihak dan sangat kentara politis sekali, karena bukan sebagai bentuk keberpihakan terhadap persoalan-persoalan yang sangat kompleks. Kami menerimanya sebagai sebuah resistensi, tapi dengan pembacaan yang kritis. Ternyata dari berbagai pesan diawal yang dijanjikan ternyata tidak sesuai dengan faktanya. Nah kami mencoba menganalisis itu kemudian implementasi dari proses kritis yang real itu terhadap pesan politik itu ya kami menerimanya dengan resistensi. Kita bikin jaringan seniman, kumpul kumpul seniman itu kita membicarakan sekaligus menolak secara pemikiran, kadang secara keorganisasian kita menggalang massa turun ke lokasi-lokasi konflik melakukan edukasi kepada masyarakat lah mengenai persoalan politik (Tindakan)

3. Mungkin kalau saya secara pribadi saya memilih netral, tapi di kalangan seniman kan terpecah, ada banyak kubu juga kan, karena beberapa dari seniman memilih untuk berpatron dengan tokoh tokoh populer, salah satunya kiai, entah melalui kontrak politik, atau karena keberpihakan-keberpihakan mereka, di elemen seniman itu terpecah dua. Tapi mungkin posisi seniman waktu itu tidak terlalu tertarik kepada wilayah politik. (Pilihan politik)
4. Sangat efektif, karena pertama sebagai subyek populer yang merepresentasikan sebuah lokus masyarakat yang pertama sangat agamis, tradisional yang ketiga ada tradisi-tradisi di pesantren yang samikna wa atakna kepada subyek populer bernama kiai, karena subyek populer disana itu yang mewakili lokus mereka. Tokoh Kiai Busyro itu kan merepresentasikan itu, persoalan pesan politiknya apa, pengaruh pesan gandanya apa, tapi memang sangat efektif, karena menyentuh ruang fikir masyarakat, seolah-olah itu mewakili ruang psikologis dan antropologis masyarakat secara umum (Efektifitas)
5. Pertama mungkin karena ada dua kekuatan besar, waktu ada dua kiai sebenarnya, ada Nyai Khalifah dan Ilyas Sirodz, tapi karena nyai kholifah secara pesantren dan kekuatan politiknya masih kalah. Karena dulu kiai Busyro sebagai ketua partai. Karena kiai Busyro disokong oleh kekuatan besar di Madura yakni Said Abdullah Institute, dia yang menyokong, yang kedua kiai Busyro sebagai subyek populer (Alasan Penerimaan)

Lampiran Transkrip Wawancara Warga

Dalam penelitian,

” Komunikasi Politik Kiai Busyro Karim dalam Pemenagan Pilkada Sumenep 2015”

07-02-2017

Data Responden

Nama Responden : Arif Rahman

Alamat : Desa Jungkat, Kecamatan Raas

Umur : 24 Tahun

Aktifitas/Pekerjaan :Karang Taruna, Pengamat Politik

Pertanyaan

1. Bagaimana Respon Terhadap proses penyampaian Pesan politik yang disampaikan Oleh kiai Buysro Karim?
2. Bentuk/persuasi penyampaian pesan yang disampaikan disana?
3. Efektifitas penyampaian pesan yang dilakukan oleh kiai Busyro?
4. Bagaimana kiai busyro karim bisa memperoleh banyak simpati?

Jawaban :

1. Menurut saya pesan-pesan politik Kiai sangat klasik. Itu adalah pengulangan-pengulangan di tahun sebelumnya. Pesan-pesan seperti janji-janji politik untuk memajukan Pulau Raas dan sebagainya. Meskipun kenyataannya sampai dia jadi ya tidak terlalu ada perubahan berarti. Banner, pengajian umum akbar, mendatangi kepala desa di kecamatan raas, untuk menngerahkan, musyawarah itu dikemas, tokoh tertinggi di raas adalah kepala desa.
2. Saat Kiai Busyro Karim datang kesini waktu musim kampanyenya dengan mendatangi kepala-kepala desa dan mengadakan pengajian akbar. Masyarakat raas masih sangat religius dan cukup samikna waatakna pada Kiai. Di Raas, penokohan masyarakat pada Kepala Desa sangat kuat. Sehingga persuasi Kiai Busyro Karim memang tepat menyasar inti-intinyaGolput

3. Masih efektif. Soalnya medianya langsung pengajian, mendatangi tokoh-tokoh masyarakat seperti kepala desa.
4. Figur Kiai Busyro Karim memang masih kuat, janji-janji politiknya serta cara dia menyampaikan pesan-pesan politik di mimbar pengajian menjadi sumbangan besar terhadap kesuksesannya mendapat simpati masyarakat

