

STRATEGI POLITIK
MERAIH DUKUNGAN MASSA PONDOK PESANTREN
*(Studi Kasus Bentuk Komunikasi Politik Calon Legislatif DPR RI Daerah
Pemilihan Jember dan Lumajang pada Pemilihan Legislatif 2014)*

Oleh:

Kun Wazis

Dosen Institut Agama Islam Negeri Jember

ABSTRAK

Qualitative research description the struggle politician from Jember and Lumajang that application communication politic models. To become a winner parlementary di Jakarta, the politicly used pondok pesantren mass as on off politic power. There are choiced between politic retorica, politic agitation, politic public relation, politic propaganda, politic campence, politic lobby, and behaviour politic to approach pondok pesantren mass, as kyai and santri. All politicly believe it that pondok pesantren mass have a politic power for succesfully their direction. That politicly from Nasional Demokrat (Nasdem) Party, Kebangkitan Bangsa Party, Demokrasi Indonesia Perjuangan Party, Golkar Party, Gerakan Indonesia Raya (Gerindra) Party, Democratic Party, and Amanat Nasional Party application differentiation politic strategy that persuasion pondok pesantren mass.

Kata Kunci: *Strategi Politik, Bentuk Komunikasi Politik, Massa Pondok Pesantren*

PENDAHULUAN

Jajak pendapat Harian *Kompas* yang dilakukan pada 14-16 Maret 2012 terhadap 818 responden berusia minimal 17 tahun di Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Medan, Palembang, Denpasar, Banjarmasin, Pontianak, Makasar dan Manado menunjukkan bahwa publik memberikan citra buruk dan anti partai politik (parpol). Kalangan masyarakat rasional pun menunjukkan sikap yang miring terhadap langkah politik para politisi dalam sejumlah kontestasi maupun konstelasi politik.

Dua tahun terakhir, ketidakpuasan dan kekecewaan publik terhadap parpol mencapai titik tertinggi dibandingkan sebelumnya. Persepsi publik menilai citra, kinerja, dan keberpihakan parpol menunjukkan angka terendah¹.

Menurunnya kepercayaan masyarakat menjadi hambatan besar bagi calon legislatif (caleg) yang berjuang memenangkan suara dalam pemilihan legislatif (pileg) 2014. Politisi dari beragam partai politik itu menyusun berbagai rencana, strategi, dan taktik agar dukungan massa, termasuk massa pondok pesantren berhasil signifikan. Schroder² mengungkapkan, banyak tujuan strategi di bidang politik terungkap sebagaimana adanya, yakni: perlombaan untuk memperkaya diri sendiri, pertarungan untuk memperoleh kekuasaan, atau perjuangan untuk mencapai tujuan yang tersembunyi—atau tujuan yang berbeda dari tujuan yang diumumkan kepada publik.

Massa pondok pesantren, sebagai entitas dengan pengaruh yang kuat di tengah-tengah masyarakat, menjadi incaran para politisi. Salah satu kekuatan sentral pondok pesantren adalah kyai dan santrinya. Hal ini menurut Mubaraq³, kebanyakan kyai di Jawa yang tinggal di daerah pedesaan menjadi bagian dari kelompok elit dalam struktur sosial, politik, dan ekonomi masyarakat Jawa serta merupakan kekuatan penting dalam kehidupan politik Indonesia.

Menurut Hilmy⁴, posisi pesantren selalu menuai sorotan menjelang

¹ *Harian Kompas*, Edisi 11 April 2012, 5. Dalam jajak pendapat Kompas tersebut, citra parpol, misalnya, 80,4 persen responden yang ditentukan secara proporsional itu menilai buruk. Proporsi itu naik dari jajak pendapat pada Maret 2010 yang menyebutkan, citra buruk parpol disampaikan 61,3 persen responden. Gejala itu tidak lepas dari sikap publik yang melihat kinerja parpol tidak memuaskan. Rata-rata lebih dari 80 persen responden tak puas pada upaya parpol dalam empat fungsi utama parpol, yaitu memperjuangkan aspirasi rakyat, melakukan pendidikan politik, kaderisasi para anggotanya, dan kontrol legislatif.

² Peter Schroder, *Strategi Politik* (Jakarta: Frederich Numann Stiftung fur die Freiheit, 2013), 13. Strategi politik merupakan keharusan yang disiapkan seorang politisi dalam memenangkan pertarungan politik. Menurut Schroder, pilihan strategi politik akan menentukan potensi kemenangan yang ditargetkan oleh politisi tersebut.

³ Zulfi Mubaraq, *Perilaku Politik Kiai* (Malang: UIN Maliki, 2012), 6. Menurut alumnus IAIN Sunan Ampel ini, pengaruh kyai bukan hanya bergema dominan dalam kalangan warga pesantren tetapi juga kepada warga desa bahkan kepada pimpinan formal di kawasan daerah tersebut. Kredibilitas kyai di pondok pesantren ini sangat berpengaruh dalam menarik jumlah santri yang nyantri disitu, 8.

⁴ Masdar Hilmy, *Islam, Politik & Demokrasi* (Surabaya: Imtiyaz, 2014), 172. Masdar memotret secara nyata realitas dunia pesantren di Indonesia sebagai kenyataan yang dilematis, tetapi juga realistik.

dan pasca pemilu, baik pemilu legislatif maupun eksekutif. Pasalnya, pesantren dianggap tidak lagi mampu menjaga netralitasnya dalam pusaran tarik menarik kepentingan politik praktis. Bak gadis cantik yang menawan, tiba-tiba pesantren menjadi primadona yang menarik hati banyak pemuda untuk dipersunting. Ujung-ujungnya, pesantren pun terseret sedemikian jauh dalam aksi dukung-mendukung dan atau transaksi politik dengan kandidat atau parpol tertentu. Tak ayal, pesantren ditengarai tidak lagi mampu menjaga peran profetikanya sebagai agen sekaligus penjaga gawang moralitas umat. Lebih jauh dari itu; pesantren sudah menjadi agen-agen politik kekuasaan yang berorientasi pada kepentingan pragmatis jangka pendek.

Memburuknya citra politisi dihadapkan dengan pasang surut performa massa pondok pesantren, membuat peneliti tertarik untuk mengungkap strategi politik dalam bentuk komunikasi politik yang diterapkan caleg DPR RI dalam meraih dukungan massa pondok pesantren di Jember dan Lumajang pada pemilihan legislatif 2014.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Komunikasi Politik

Schroder⁵ menyebut strategi politik adalah strategi yang digunakan untuk merealisasikan cita-cita politik. Politik bertujuan memimpin kelompok-kelompok besar masyarakat atau anggota partai politik dan organisasi ke arah sasaran khusus. Strategi dalam komunikasi politik, menurut Arifin⁶, adalah keseluruhan keputusan kondisional pada saat ini tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan politik pada masa depan. Merumuskan strategi komunikasi berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang akan mungkin dihadapi di masa depan, guna mencapai efektifitas. Dengan

⁵ Peter, *Strategi*, 2. Ahli strategi politik dari Jerman ini membagi strategi menjadi dua jenis, yakni strategi defensif dan strategi ofensif. Strategi ofensif selalu diperlukan jika partai ingin meningkatkan jumlah pemilihnya, atau jika seorang eksekutif ingin mengimplementasikan sebuah proyek. Yang termasuk strategi ofensif adalah strategi memperluas pasar dan strategi menembus pasar. Strategi defensif akan muncul ke permukaan jika partai pemerintah atau koalisi pemerintahan yang terdiri atas beberapa partai ingin mempertahankan mayoritasnya atau jika pangsa pasar ingin dipertahankan.

⁶ Anwar Arifin, *Komunikasi Politik* (Jakarta: Balai Pustaka, 2003), 145.

strategi komunikasi ini, berarti dapat ditempuh beberapa cara dengan memakai komunikasi yang baik untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat.

Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat, yaitu⁷:

1. Mengenai sasaran komunikasi, yakni mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi. Dalam hal ini perlu diperhatikan faktor referensi dan situasi maupun kondisi agar komunikasi berjalan efektif.
2. Pemilihan media komunikasi. Hal ini penting agar sasaran komunikasi berjalan efektif, sehingga bisa memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan, dan teknik yang akan digunakan
3. Pengkajian tujuan pesan. Pesan komunikasi memiliki tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil, apakah teknik informasi, teknik persuasi, teknik instruksi.
4. Peranan komunikator dalam komunikasi. Ada dua kekuatan komunikator, yakni daya tarik sumber (*source attractiveness*) dan kredibilitas sumber (*source credibility*). Komunikator akan berhasil jika mampu mengubah sikap, opini, dan komunikasi melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikasi merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya. Faktor kedua, komunikasi berhasil jika komunikator mendapatkan kepercayaan komunikasi. Kepercayaan banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator.

Bentuk Komunikasi Politik

Menurut Arifin, bentuk-bentuk komunikasi politik yang sudah lama dikenal dan dilakukan oleh para politikus atau aktivis politik antara lain retorika politik, agitasi politik, propaganda politik, publik relation politik, dan lobi politik⁸. *Pertama*, retorika politik atau pidato politik sebagai suatu

⁷ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003), 35.

⁸ Anwar, *Komunikasi*, 65.

seni berbicara memiliki daya persuasi politik yang sangat tinggi, dengan menggunakan bahasa lisan yang indah, mulai dari irama, mimik, dan intonasi suara. Seorang orator selain harus memiliki pengetahuan kejiwaan manusia, ia juga harus memiliki kesadaran mendalam tentang kebenaran, terutama aspek kebenaran suatu permasalahan yang dibicarakan.

Kedua, agitasi politik adalah suatu upaya untuk menggerakkan massa dengan lisan atau tulisan, dengan cara merangsang dan membangkitkan emosi khalayak. Agitasi dimulai dengan cara membuat kontradiksi dalam masyarakat dan menggerakkan khalayak untuk menentang kenyataan hidup yang dialami selama ini yang penuh ketidakpastian dan penuh penderitaan, dengan tujuan menimbulkan kegelisahan di kalangan massa. Kemudian rakyat digerakkan untuk mendukung gagasan baru dan ideologi baru dengan menciptakan keadaan yang baru.

Ketiga, propaganda politik merupakan suatu kampanye politik yang dengan sengaja mengajak dan membimbing untuk mempengaruhi atau membujuk orang guna menerima suatu pandangan, sentimen, atau nilai. Propaganda politik adalah kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah, partai politik, dan kelompok kepentingan untuk mencapai tujuan politik (strategis atau taktis) dengan pesan-pesan yang khas yang lebih berjangka pendek.

Kempat, public relation politik merupakan bentuk kegiatan dalam melakukan hubungan dengan masyarakat, secara jujur (tidak berbohong), terbuka, rasional (tidak emosional), dan timbal balik (dua arah). Dengan demikian, dapat terjalin hubungan yang harmonis antara pemerintah dan masyarakat, yang dimulai dengan menciptakan rasa memiliki (*sense of belonging*) bagi masyarakat. Tujuannya, agar masyarakat memperoleh citra yang baik terhadap pemerintah sehingga memberikan dukungan yang positif.

Kelima, kampanye politik adalah bentuk komunikasi politik yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang atau organisasi politik dalam waktu tertentu untuk memperoleh dukungan politik dari rakyat. Pada umumnya, kampanye politik diatur dengan peraturan tersendiri, yaitu waktu, tata caranya, pengawasan, dan sanksi-sanksi jika terjadi pelanggaran oleh penyelenggara pemilu. Strategi kampanye ditujukan untuk memperoleh kekuasaan dan pengaruh sebanyak mungkin dengan cara

memperoleh hasil yang baik dalam pemilu, agar dapat mendorong kebijakan-kebijakan yang dapat mengarah kepada perubahan masyarakat⁹.

Keenam, lobi politik merupakan kegiatan politik yang sangat penting, meskipun pembicaraan politik bersifat dialog, tatap muka atau antarpersona (*interpersonal communication*). Kegiatan tersebut bersifat sangat informal, namun urgen karena hasil lobi itu kemudian dapat diperkuat melalui pembicaraan formal dalam rapat politik, persidangan-persidangan dan forum musyawarah, baik didalam partai politik maupun di parlemen, dan di lembaga-lembaga politik lainnya. Lobi dilakukan dengan cara mempengaruhi pihak-pihak yang secara konstitusional memiliki wewenang untuk turut menentukan kehendak politik serta menjalankan keputusan yang diambil¹⁰.

Ketujuh, pola tindakan adalah peristiwa politik yang terjadi dari waktu ke waktu yang membentuk pola. Lobi politik, retorika politik, dan kampanye politik dapat juga disebut tindakan politik yang dapat mencakup tindak atau perilaku yang memiliki kepentingan politik, yaitu tindakan yang menyangkut kekuasaan, pengaruh, otoritas, dan konflik. Misalnya, penggunaan bendera partai, jaket partai, pernyataan pimpinan partai, dan sikap diam seorang tokoh politik.

Massa Pondok Pesantren

Massa pondok pesantren yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kyai dan santri. Suprayogo¹¹ membuat klasifikasi kyai berdasarkan orientasinya, yaitu: 1) kyai spiritual, yaitu pengasuh pondok pesantren yang lebih menekankan pada upaya mendekatkan diri pada Tuhan lewat amalan ibadah. Hal yang dipentingkan bagi kyai seperti ini adalah kedalaman spiritual, yaitu lebih berorientasi pada kehidupan akhirat daripada urusan keduniaan; 2) kyai advokatif, yaitu pengasuh pondok pesantren yang selain aktif mengajar para santri dan jamaahnya juga memperhatikan persoalan-

⁹ Peter, *Strategi*, 9.

¹⁰ Idem, 551. Schroder mengemukakan bahwa lobi dapat ditemui di semua sistem politik. Praktik lobi dapat ditemui di setiap tingkatan di mana keputusan-keputusan politik diambil dan suatu kebijakan akan diterapkan, yakni di tingkatan pemerintahan lokal, regional, nasional, bahkan supra-nasional. Para pelobi ini biasanya melakukan pendekatan langsung kepada anggota-anggota parlemen, pejabat pemerintah, hakim, dsb.

¹¹ Imam Suprayogo, *Kyai dan Politik* (Malang: UIN Maliki Press, 2009), 123.

persoalan yang dihadapi masyarakat dan senantiasa berusaha mencari jalan keluarnya; 3) kyai politik, yaitu pengasuh pondok pesantren yang senantiasa peduli pada organisasi politik dan juga pada kekuasaan.

Mubaraq¹² mengklasifikasi santri menjadi empat kategori, yaitu: 1) *santri mukim*, adalah murid-murid yang berasal dari jauh dan menetap dalam kelompok. Santri yang paling lama tinggal biasanya merupakan satu kelompok tersendiri yang memegang tanggung jawab mengurus kepentingan pesantren sehari-hari; 2) *santri kalong*, adalah murid-murid yang berasal dari desa-desa di sekeliling pesantren, yang biasanya tidak menetap dalam pesantren. Untuk mengikuti pelajaran di pesantren, mereka pulang-pergi (*nglaju*) dari rumahnya sendiri; 3) *santri alumnus*, adalah para santri yang sudah tidak dapat aktif dalam kegiatan rutin pesantren tetapi mereka masih sering datang pada acara-acara insidental dan tertentu yang diadakan pesantren. Mereka masih memiliki komitmen hubungan dengan pesantren, terutama terhadap kiai pesantren; dan 4) *santri luar*, adalah santri yang tidak terdaftar secara resmi di pesantren tersebut dan tidak mengikuti kegiatan rutin pesantren, sebagaimana santri mukim dan santri kalong. Tetapi mereka memiliki hubungan batin yang kuat dan dekat dengan kiai.

Pemilihan Umum

IDEA Handbook of Electoral System mencatatkan tugas utama sistem pemilu: 1) menerjemahkan suara menjadi kursi perwakilan; 2) bertindak sebagai saluran yang memungkinkan rakyat meminta pertanggungjawaban wakil-wakil mereka; 3) memberikan insentif bagi mereka yang mampu membangun komunikasi yang baik dengan masyarakat. Sebaliknya, memberi hukuman mereka yang dalam agenda politiknya hanya memperjuangkan diri dan kelompoknya saja¹³.

Arifin¹⁴ membagi sistem pemilihan umum menjadi dua, yaitu sistem distrik dan sistem proporsional. Pemilihan umum sistem distrik menunjuk pertarungan antara kandidat yang dicalonkan oleh partai-partai dalam

¹² Zulfi, *Perilaku*, 11.

¹³ Hendry, *Pemilu & Kisah Perjalanan 2 Roh* (Malang: Media Center KPU Kota Malang dan Bayumedia, 2012), 89.

¹⁴ Anwar Arifin, *Komunikasi Politik* (Jakarta: Balai Pustaka, 2003), 134-135.

sebuah wilayah kecil (daerah pemilihan) untuk mencari satu wakil. Kandidat dicalonkan oleh partai politik, rakyat yang sudah dewasa memilih nama dan gambar kandidat tersebut dan bukan memilih tanda gambar. Kandidat yang menang akan mewakili daerah itu dalam parlemen, dan suara kandidat yang kalah tidak diperhitungkan lagi. Jadi suara itu dianggap hilang. Namun, kandidat yang menang tidak lagi mewakili partainya, tetapi mewakili daerah pemilihan itu dan harus memperjuangkan kepentingan-kepentingannya.

Pemilihan umum sistem proporsional menunjuk kepada pertarungan antara partai politik dalam sebuah daerah pemilihan yang besar untuk beberapa orang wakil. Partai politik mencalonkan banyak kandidat dalam sebuah daftar dengan nomer urut dan rakyat tidak perlu memilih nama, tetapi cukup dengan memilih tanda gambar partai politik yang terdaftar atau kontestan. Suara yang diperoleh oleh setiap kontestan akan memperoleh jumlah kursi secara proporsional dengan suara yang diperoleh. Kandidat yang terpilih mewakili daerah itu ditetapkan berdasarkan nomer urut dari atas ke bawah. Dalam hal ini, tidak ada suara pemilih yang hilang.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif¹⁵. Yakni, mengungkapkan bentuk komunikasi politik yang diterapkan caleg DPR RI Dapil Jatim IV sebagai strategi politik dalam meraih dukungan massa Pondok Pesantren di Jember dan Lumajang. Bentuk komunikasi politik yang diterapkan para politisi, yaitu retorika politik, agitasi politik, propaganda politik, public relation politik, lobi politik, dan pola tindakan politik. Situasi sosial seperti inilah yang diterapkan oleh peneliti¹⁶.

Sumber data primernya adalah caleg DPR RI Dapil Jatim IV yang dinyatakan lolos menjadi wakil rakyat di DPR Pusat, yaitu: 1) Drs. Teuku

¹⁵ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), 309. Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya saat penelitian dilakukan.

¹⁶ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: CV. Alfabeta), 49. Menurut Sugiyono, hal bisa disebut sebagai situasi sosial yang dapat dinyatakan sebagai obyek penelitian yang ingin diketahui "apa yang terjadi" di dalamnya. Pada situasi sosial atau obyek penelitian ini peneliti dapat mengamati secara mendalam aktifitas (*activity*) orang-orang (*actors*) yang ada pada tempat (*place*) tertentu.

Taufiqulhadi, M.Si dari Partai Politik Nasional Demokrat (Nasdem); 2) H.M. Syaiful Bahri Anshori, MP dari Partai Kebangkitan Bangsa (PKB); 3) Arif Wibowo dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P); 4) HM Nur Purnamasidi dari Partai Golongan Karya (PG); 5) Bambang Hariyadi, SE dari Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra); 6) Drs. Ayub Khan dari Partai Demokrat (PD); dan 7) Anang Hermansyah dari Partai Amanat Nasional, (PAN).

Data sekundernya adalah informasi dan dokumentasi dari Ketua Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) Jember Ahmad Anis yang memaparkan data perolehan suara masing-masing caleg tersebut di 31 Kecamatan di Kabupaten Jember. Data juga berasal media massa yang memuat perjalanan politik para caleg dan tim sukses para caleg yang dapat memberikan penjelasan secara utuh strategi politik caleg DPR RI tersebut selama meraih dukungan massa pondok pesantren.

Data penelitian diperoleh melalui teknik yaitu wawancara, dan studi dokumentasi, dan tidak menggunakan observasi¹⁷. Untuk wawancara mendalam, dilakukan dengan mengkombinasikan dua jenis wawancara, yakni wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Wawancara terstruktur dilakukan secara formal dengan memberikan sejumlah pertanyaan kepada caleg DPR RI mengenai strategi politik dan bentuk komunikasi politik yang diterapkan para caleg saat mendekati suara massa pondok pesantren. Wawancara tidak terstruktur dilakukan secara santai, tetapi serius untuk menggali kelengkapan profil caleg DPR RI dan sisi lain latar belakang kehidupan caleg, baik sebelum menjadi politisi dan sesudah terpilih menjadi politisi senayan.

Studi dokumentasi berupa database yang dimiliki Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) Jember, dokumentasi tim sukses caleg DPR RI yang memotret kegiatan politik di sejumlah pondok pesantren di Jember

¹⁷ Lexy J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000), 126. Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung gejala-gejala yang berkaitan dengan masalah penelitian¹⁷. Data yang didapat dari observasi seharusnya adalah strategi komunikasi politik yang dilakukan para politisi Caleg DPR RI di pondok pesantren, yang meliputi: kegiatan kampanye, kunjungan politisi ke pondok pesantren, publikasi media massa, dan kampanye politik yang bisa didapatkan saat kejadian itu dilaksanakan. Dengan demikian, peneliti tidak menjadikan observasi sebagai cara untuk menggali sumber informasi tersebut karena "pesta demokrasi" sudah usai, sehingga tidak bisa diamati secara langsung.

dan Lumajang, website resmi para caleg maupun partainya, berita media massa yang mereportase caleg DPR RI terpilih tersebut sehingga dapat mendukung gambaran bentuk komunikasi politik yang diterapkan para caleg tersebut.

Data diolah dengan teknik analisis model interaktif, yakni reduksi data, penyajian data, dan verifikasi¹⁸. Reduksi data berupa kegiatan wawancara terstruktur dan tidak terstruktur terhadap caleg DPR RI sejak melakukan pendekatan politik ke massa pondok pesantren di Jember dan Lumajang hingga keberhasilan mereka terpilih menjadi anggota DPR RI. Penyajian data dilakukan dengan menarasikan biodata diri para caleg, pandangan dibahasakan secara lugas, strategi politik digambarkan secara ringkas, bentuk komunikasi politik dipaparkan lebih rasionalistik..

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perolehan Suara Calon Legislatif DPR RI Terpilih

Jumlah daftar pemilih yang tercatat di KPUD Jember dan KPUD Lumajang mencapai 2.590.064 orang, namun dari jumlah itu yang menggunakan hak pilihnya pada pemilihan legislatif Rabu 9 Juli 2014 tersebut secara riil adalah 1.799.70 orang. Berdasarkan hasil rekapitulasi KPUD Kabupaten Jember dan Kabupaten Lumajang, delapan caleg yang ditetapkan sebagai anggota DPR RI Periode 2014-2019 sebagai berikut¹⁹:

Perolehan Suara Caleg DPR RI Terpilih 2014-2019

No	Nama Caleg	Nama Partai	KPUD Jember	KPUD Lumajang	Jumlah Suara
1.	Bambang Haryadi	Gerindra	67.672	19.368	87.040
2.	Anang Hermansyah	PAN	37.439	16.120	53.559
3.	Syaiful Bahri Anshori	PKB	34.672	13.246	47.918

¹⁸ H.B. Miles dan Hubermen, *Analisis data Kualitatif* (Jakarta: Universitas Indonesia, 1992), 16. Reduksi data adalah proses pemilihan dan pemilahan data kasar yang diperoleh di lapangan. Penyajian data merupakan paparan hasil penelitian dalam bentuk narasi. Penarikan kesimpulan/ verifikasi didasarkan pada berbagai analisis, baik melalui catatan lapangan, hasil wawancara, maupun dari dokumen-dokumen yang diproses terus-menerus.

¹⁹ Data diolah berdasarkan sertifikasi rekapitulasi hasil perhitungan perolehan suara dari setiap kecamatan dalam bentuk Model DB-1 DPR di KPUD Kabupaten Jember dan KPUD Kabupaten Lumajang yang dimiliki caleg terpilih DPR RI, Selasa 1 Juli 2014.

4.	Zainal Hadi Abidin	PKB	16.046	30.639	46.685
5.	Arif Wibowo	PDIP	27.604	15.470	43.074
6.	M. Nur Purnamasidi	Golkar	19.234	7.202	26.436
7.	Teuku Taifuqulhadi	Nasdem	18.131	3.944	22.075
8.	Ayub Khan	Demokrat	8.124	7.851	15.975

Pandangan Politisi Terhadap Kyai dan Santri

Para caleg memiliki pandangan yang berbeda terhadap posisi kyai dan santri dalam pilihan politik. *Pertama*, caleg setuju kyai dan santri terjun ke dalam dunia politik karena akan memberikan energi moralitas terhadap kehidupan politik di tanah air. Jika terjadi pergeseran perilaku politik kyai, santri, dan pondok pesantrennya, itu dianggap sebagai dampak yang wajar dari pertarungan politik. *Kedua*, caleg menilai, kyai dan santri tidak perlu terjun ke dunia politik karena dunia mereka adalah pendidikan. Kyai dan santri yang memaksakan diri terjun ke dunia politik hanya akan memberikan dampak buruk seiring dengan wajah buram politik yang selama ini terjadi.

Ayub Khan, politisi berdarah Pakisatan ini termasuk yang meyakini bahwa posisi kyai dan santri merupakan tokoh yang memiliki pengaruh terhadap perubahan masyarakat, terutama dalam pembinaan pendidikan akhlaq umat. Untuk itu, kyai dan santrinya harus diposisikan pada bidang keilmuannya tersebut dan tidak perlu diseret maupun terseret dalam pertarungan politik. Posisi kyai dan santri itu tetap akan mulia dan dihormati karena pengusahaan bidang keilmuan agamanya, sehingga perubahan pondok pesantren dan massa santrinya akan dapat terjaga oleh sosok kyai yang mengasuhnya²⁰:

Taufiqulhadi, politisi Partai Nasdem melihat bahwa massa pondok pesantren tidak semuanya terjun ke gelanggang politik. Sebagian massa

²⁰ Wawancara dengan Ayub Khan, Rabu 1 Oktober 2014. Meski demikian, massa kyai dan santri yang terjun ke politik, menurut Ayub, tetap tidak bisa disalahkan. Sebab, sebagai warga negara, setiap orang memiliki hak untuk berpolitik. Untuk itu, dirinya tidak menilai buruk kepada para kyai yang terjun ke dunia politik, selama masih mampu dan mau menjaga nilai-nilai moralitas dalam berpolitik. Selama ini, dirinya menilai ada sebagian yang memang tidak mampu menjaga moralitas politik, sehingga posisi kyai yang semestinya bermartabat lama kelamaan merosot karena citra buruk yang ditampilkan kyai tersebut.

pondok pesantren menilai, dunia politik bukanlah dunia yang “sejati” mereka. Kyai dan santri adalah dua pilar penting didalam menggerakkan dunia pendidikan ala pesantren. Dengan keistiqamahan mereka, masih ada saja massa pondok pesantren enggan memasuki dunia politik. Selain menganggap bukan dunianya, mereka tidak mau berjuang dari jalur politik karena dibayang-bayangi anggapan bahwa ranah politik penuh dengan intrik kotor, tipu daya, dan segala hal yang berbau merusak.²¹

Sikap Berpolitik Massa Pondok Pesantren Menurut Caleg

Menurut sejumlah politisi, pilihan politik santri dan kyai sebagai elemen penting massa pondok pesantren bisa berbeda dan terkadang juga sama. Ada sejumlah kyai yang memberikan pandangan politiknya kepada santri sehingga santri terpengaruh dan memilih pilihan politiknya seperti yang diinginkan para kyai. Sebaliknya, sikap politik kyai dimaknai berbeda oleh santri, sehingga tidak setiap pilihan politik kyai itu wajib diikuti santrinya. Dalam konteks ini, kyai ditaati dalam bidang pengajaran ilmu agama Islam, tetapi dalam soal pilihan politik, karena sifatnya keduniaan, diserahkan kepada masing-masing santrinya tanpa harus “taat” terhadap pilihan politik kyainya.

Caleg DPR RI Dapil Jatim IV Syaiful Bahri memiliki cara pandang khas terhadap massa pondok pesantren. Sebagai anak yang lahir dengan suasana pesantren, politisi partai berlambang bola dunia dengan sembilan bintang ini sangat yakin pengaruh kyai masih memiliki kekuatan yang besar terhadap pilihan politik para santrinya. Sebab, selama ini, kyai dan santri memiliki pengaruh di tengah-tengah masyarakat, sehingga masyarakat tetap melihatnya sebagai sosok “anutan” dalam bersikap, termasuk politik. Pengaruh pondok pesantren sejatinya tidak hanya di internal lingkup pesantren, namun kepada kerabat kyai, wali santri, alumni santri, dan masyarakat di lingkungan sekitar pesantren. Pengaruh tersebut tidak hanya

²¹ Wawancara dengan Taufiqulhadi, Senin 10 Oktober 2014. Menurut Taufiqulhadi, bagi kalangan pesantren yang alergi politik, sebagian diantara mereka lebih konsisten didalam merawat pondok pesantren dan tidak tergugah secara politik. Kondisi seperti ini akan menjadikan para santrinya juga mengikuti apa yang diajarkan atau dianut sang kyai. Pengaruh kyai terhadap santri masih sangat kuat sehingga hubungan keduanya dalam berbagai persoalan, termasuk masalah-masalah politik masih sangat berkorelasi positif.

dalam aspek politik, tetapi yang lebih kental adalah pengaruhnya dalam bidang pendidikan Islam “ala” pondok pesantren.

Berdasarkan pengalaman puluhan tahun bergaul dengan dunia pesantren, Syaiful memberikan indikasi sejumlah massa pondok pesantren dalam menyikapi politik. Pertama, pondok pesantren yang dikenal dengan istilah “kenceng” oleh Syaiful adalah diasuh oleh sosok kyai yang memiliki konsistensi didalam bersikap, termasuk dalam hal politik. Biasanya, sosok kyai Jawa lebih konsisten dengan tidak membuka diri kepada partai politik maupun caleg yang banyak dalam melakukan pilihan politiknya. Dengan posisi seperti ini, massa santri akan lebih tunduk kepada kyai, sehingga dalam persoalan pilihan politik, keduanya lebih akseleratif. *“Pilihan politik kyai sama dengan pilihan politik santri. Jadi, massa pondok pesantren tidak terbelah,”* katanya²².

Berbeda dengan model pesantren “cair” yang posisi massa pondok pesantrennya berbeda-beda dalam pilihan politik. Hal ini disebabkan oleh sikap kyai yang lebih terbuka kepada politisi dan partai politik. Misalnya, kyai menerima secara terbuka tiga atau lima caleg yang mendapatkan “restu” untuk bertarung dalam kontestasi. Melihat posisi kyai yang “cair” tersebut, menurut Syaiful Bahri, tidak serta merta massa santri mengikutinya. Kelonggaran kyai dalam berpolitik juga menjadi sinyal bahwa santri tidak harus “taat” dengan pilihan politik kyainya²³.

Untuk lebih mudah mengidentifikasi dalam komunikasi politik, Syaful Bahri Anshori juga memetakan massa pondok pesantren itu dengan perspektif geografi. Untuk pesantren yang diidentifikasi “kenceng” lebih cenderung didominasi oleh pesantren dengan kultur Jawa. Sejumlah pesantren di Kawasan Jember Selatan, seperti Ambulu, Wuluhan, Jombang, Rambipuji sebagian pesantren yang dikenal “kenceng” berangkat dari background Jawa. Dalam konteks ini, posisi kyai lebih kuat pengaruhnya terhadap santri, sehingga perintah kyai “wajib” diikuti santri dalam persoalan politik.

²² Wawancara dengan Syaiful Bahri Anshori, Selasa 21 Oktober 2014.

²³ Wawancara dengan Syaiful Bahri Anshori, Selasa 21 Oktober 2014. Menurut Syaiful Bahri, “Dalam kontek ini, pilihan politik kyai dan santri berbeda-beda. Dengan demikian, massa pondok pesantren “cair” ini keragaman pandangan dan pilihan politik kyai juga diikuti santri dengan beragam pula dalam menentukan pilihan politik, termasuk tidak sama dengan pilihan kyainya,” katanya

“Saya menyebutnya dengan kyai langar, atau kyai mushola, atau istilah Gus Dur itu kyai kampung,” katanya.

Untuk pondok pesantren yang disebutnya “cair” adalah istilah untuk memudahkan mengidentifikasi karakteristik dan sekaligus sikap massa pondok pesantren terhadap pilihan politik. Berdasarkan pengalaman politiknya, pondok pesantren “cair” lebih didominasi dengan kultur Madura yang bersikap terbuka kepada beragam parpol dan caleg yang bertarung dalam pemilihan legislatif 2014. Sikap kyai yang lebih cair terlihat dari cara menyikapi politisi yang datang ke ponpes tersebut. Keterbukaan kyai terhadap semua parpol dan caleg diterjemahkan oleh para santrinya sebagai sikap politik yang “egaliter” sehingga pilihan politik diserahkan kepada masing-masing santri. “*Pilihan politik kyai, tidak harus sama dengan pilihan politiknya santri,*” kata Syaiful Bahri²⁴.

Komunikasi politik terhadap massa pondok pesantren di Lumajang berbeda dengan saat para caleg bertarung di wilayah Jember. Syaiful Bahri memiliki sejumlah temuan ketika berhadapan dengan kultur massa pondok pesantren di Lumajang. Konteks massa pondok pesantren di Lumajang tidak terlalu kental atau istilahnya tidak terlalu “santri” dalam memahami realitas di masyarakat, termasuk dalam kontestasi politik. Secara umum, tidak ada dominasi kyai terhadap santrinya, meskipun di sebagian pondok pesantren, kultur patronase yang memosisikan santri tunduk kepada santri masih berlaku. Untuk itu, kyai dan santri sebagai pilar massa pondok pesantren memiliki kebebasan dalam menyalurkan aspirasi politiknya²⁵.

Berdasarkan penelusuran para caleg saat melakukan terjun ke lapangan untuk mengukur kekuatan dan dukungan politiknya, sejumlah caleg memiliki identifikasi terhadap massa pondok pesantren dengan kriteria yang mereka berikan simbol tertentu. Selengkapnyanya, mengenai identifikasi sikap kyai dan santri di sejumlah pondok pesantren di Jember dan Lumajang adalah sebagai berikut²⁶.

²⁴ *Idem.*

²⁵ Wawancara dengan Syaiful Bahri Anshori, Selasa 21 Oktober 2014. Menurut politisi PKB ini, “Kyai dan santri memiliki tingkat independensi dalam pilihan politik. Tidak serta merta pilihan politik kyai sama dengan pilihannya santri. Santri lebih bersikap mandiri dalam berpolitik,” katanya.

²⁶ Data dalam tabel diolah dari sejumlah wawancara dengan caleg dan dibantu dokumentasi para caleg saat terjun mendekati massa pondok pesantren.

Sikap Politik Massa Pondok Pesantren Menurut Caleg

Tipe Pondok Pesantren	Sikap Massa Kyai	Sikap Massa Santri
a. Pesantren "Kenceng"	<ul style="list-style-type: none"> • Kyai lebih konsisten dalam sikap caleg dan parpol. • Kyai selektif dalam menentukan pilihan terhadap caleg dan parpol. • Kyai lebih cenderung memilih satu caleg dalam satu parpol. 	<ul style="list-style-type: none"> • Santri cenderung mengikuti pilihan politik kyai. • Santri memilah dan memilih partai politik sesuai pilihan kyai. • Santri memilih satu caleg dan parpol sesuai dengan pilihan kyai.
b. Pesantren "Cair"	<ul style="list-style-type: none"> • Kyai lebih terbuka dengan beragam pilihan politik. • Kyai bebas menerima dan menyerap pandangan caleg dan parpol. • Kyai mempunyai banyak dukungan politik, baik terhadap caleg dan parpol. 	<ul style="list-style-type: none"> • Santri lebih longgar terhadap caleg dan parpol. • Santri tidak membatasi pandangan politiknya terhadap kyai. • Santri memilih caleg dan parpol sesuai dengan pilihannya sendiri, tidak mengikuti kyai.
c. Pondok "Besar"	<ul style="list-style-type: none"> • Kyai tidak membuat tirai dengan satu kelompok politik dan caleg tertentu • Kyai melakukan seleksi terhadap setiap caleg dan parpol yang mencari dukungan politik. • Kyai memiliki banyak pilihan politik dan 	<ul style="list-style-type: none"> • Santri memiliki kebebasan untuk berdialog dengan ragam kelompok politik dan caleg. • Santri melakukan verifikasi terhadap caleg dan parpol tanpa dipengaruhi kyai • Santri tidak terikat

	tidak menghegemoni terhadap pilihan santrinya.	pada satu caleg tidak harus sama dengan pilihan politik kyai.
d. Pondok "Kecil"	<ul style="list-style-type: none"> • Kyai tidak banyak bersentuhan dengan politik. • Kyai memiliki komitmen hanya dengan satu caleg dan parpol politik • Kyai tidak memaksakan pilihan politiknya kepada santri. 	<ul style="list-style-type: none"> • Santri cenderung melihat figur kyai. • Santri melakukan verifikasi terhadap caleg dan parpol sesuai dengan pilihan kyai. • Santri condong pada pilihan politiknya seiring dengan kyai.

Sumber: Data diolah 2014

Strategi Politik dengan Bentuk Komunikasi Politik Caleg

Menghadapi massa pondok pesantren yang demikian beragam, para politisi menerapkan strategi politik dalam bentuk komunikasi politik yang beragam ketika mendekati massa pondok pesantren di Jember dan Lumajang. Secara terperinci, strategi politik yang diaplikasikan dalam beragam bentuk komunikasi politik, tergambar sebagai berikut:

Aplikasi Bentuk Komunikasi Politik Terhadap Massa Pondok Pesantren

No.	Bentuk Komunikasi Politik	Aplikasi Strategi Politik Caleg
1.	Retorika Politik	Caleg menggunakan pidato politik ini dalam berbagai kegiatan politiknya saat mendatangi massa pondok pesantren. Begitu diberikan kesempatan, caleg menggunakan pidato politiknya untuk menarik simpati massa pondok pesantren. Caleg memilih waktu kegiatan "silaturahmi" kepada pondok pesantren dan melakukan pidato politik

Strategi Politik Meraih Dukungan Massa Pondok Pesantren...

		sebagai momentum itu melakukan persuasi politik.
2.	Agitasi Politik	<p>Sebagian caleg menjadikan agitasi politik untuk mempengaruhi dengan cara membongkar kesalahan, keburukan, dan kelemahan parpol lainnya sehingga hanya dia caleg dan perpolnya yang layak mendapatkan tempat. Misalnya, Partai Demokrasi diagitasikan sebagai partai yang banyak koruptornya, padahal partai yang lain juga banyak politisinya yang korup.</p> <p>Sebagian caleg menggunakan kelemahan Caleg lain untuk menggunggulkan dirinya. Misalnya, jika ada Caleg yang kerabatnya tersandung korupsi, maka dikait-kaitkan agar khalayak tidak memilih.</p>
3.	Propaganda Politik	<p>Caleg menggunakan Program Pro Rakyat sebagai propaganda membesarkan pencitraan parpol dan calegnya.</p> <p>Caleg menggunakan moto “Membela Yang Benar” sebagai propaganda dalam mempengaruhi persepsi massa pondok pesantren.</p> <p>Caleg menggunakan jargon “Restorasi Indonesia” sebagai makna simbolik partai tersebut.</p> <p>Caleg menggunakan simbolik propaganda “Rumah Besar Umat Islam” sebagai pesan khas berjangka pendek.</p> <p>Caleg menggunakan propaganda “Suara Golkar Suara Rakyat” strategi dan taktis mempengaruhi massa.</p> <p>Pemasangan spanduk, banner, baliho, dan brosur yang berdekatan ondok pesantren yang mengedepankan gambar caleg dan parpol dengan background pesan atau jaron sesua dengan ketentuan partai dan inovasi calegnya.</p>
4.	Public Relations Politik	<p>Caleg tidak hanya melakukan persuasi secara wacana, namun juga memberikan bantuan kepada pondok pesantren, seperti bantuan dana, pelatihan, istighotsah, genset, yang bertujuan untuk menguatkan hubungan antara caleg dengan massa pondok pesantren.</p> <p>Caleg melakukan pendampingan terhadap pondok pesantren agar mendapatkan pelayanan dari pihak pemerintah. Misalnya, Caleg mengawal program Pro</p>

		<p>Rakyat untuk pesantren melalui kegiatan pendidikan dan pelatihan, maupun pendampingan bantuan sosial untuk pondok pesantren.</p> <p>Caleg melakukan komunikasi dua arah dengan massa pondok pesantren untuk menyerap kebutuhan mereka, dan selanjutnya Caleg melakukan pengawalan agar kebutuhan yang dikehendaki pondok pesantren terwujud. Misalnya, membantu membuat proposal untuk pengajuan anggaran rehabilitasi pondok pesantren, dan membuka jaringan agar dapat membantu pondok pesantren.</p>
5	Kampanye Politik	<p>Caleg menjadikan pondok pesantren sebagai salah satu tema penting dalam setiap kampanyenya. Caleg menegaskan massa pondok pesantren, baik kyai maupun memiliki peran penting dalam perubahan masyarakat, menjaga moralitas ummat, dan menggerakkan rakyat dalam partisipasi politik.</p> <p>Caleg melibatkan massa kyai dan santri dalam kampanye politik karena kyai dan santri tersebut memang sudah menjadi salah satu anggota atau simpatisan partai politik dan caleg tertentu. Dengan demikian, akan terkonstruksi hubungan yang sangat dekat antara caleg tersebut dengan kyai atau santri yang berada di tempat kampanye.</p> <p>Kyai atau santri menjadi juru kampanye untuk memperkuat pencitraan partai politik dan calegnya, sehingga khalayak akan terpengaruh dengan kampanye politik para kyai dan santri dalam menentukan pilihan politiknya. Dalam hal ini, kyai atau santri yang aktif dalam mengkampanyekan caleg maupun parpol tertentu.</p>
6.	Lobi Politik	<p>Caleg mendatangi kyai dan santri secara intens yang sering disebut dengan "silaturrahmi" politik. Caleg datang secara intens sesuai dengan kesepakatan para kyai dan santri untuk membicarakan hal-hal khusus yang disepakati untuk disampaikan.</p> <p>Caleg yang berhasil melakukan lobi politik biasanya diikuti dengan tindakan politik para kyai dan santri</p>

		<p>yang memberikan dukungan kepada caleg tersebut dengan terus mensosialisasikan caleg tersebut kepada khalayak.</p> <p>Caleg tidak mendatangi semua kyai dan santri. Tetapi, Caleg mengukur terlebih dahulu posisi para kyai dan santri tersebut berdasarkan informasi yang didapat. Caleg tetap melakukan pemilahan dan pemilihan terhadap massa pondok pesantren yang memiliki potensi untuk dilobi.</p> <p>Caleg yang melakukan upaya mempengaruhi pesantren besar secara lebih terbuka karena posisi pilihan politik kyai tidak mesti diikuti para santrinya. Caleg memastikan bahwa keberadaannya di lingkungan massa pesantren dapat diterima, sehingga ada keterbukaan antara kyai dan santri untuk memilih caleg tersebut.</p> <p>Caleg yang mempengaruhi pesantren kecil lebih dekat dengan kyai ketimbang santrinya. Proses lobi inilah yang diungkapkan kepada kyai saja, sehingga jika proses lobinya mencapai keberhasilan, secara otomatis santri akan mengikuti pilihan kyai.</p> <p>Caleg melakukan lobi dengan kompensasi yang nyata jika menjadi anggota wakil rakyat.</p>
7.	Tindakan Politik	<p>Caleg menggunakan simbol-simbol tertentu ketika mendatangi massa pondok pesantren untuk memperkuat identitas mereka dan menanamkan image positif terhadap kyai maupun santri.</p> <p>Caleg menggunakan seragam partai, kaos bergambar caleg, spanduk caleg dan parpol yang tidak jauh dari pondok pesantren, sehingga dapat teridentifikasi tindakan politiknya.</p>

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan hasil pembahasan penelitian, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Massa pondok pesantren, baik kyai dan santri di Jember dan Lumajang memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam memberikan dukungan politik atau suara kepada caleg DPR RI pada pemilihan legislatif 2014.

2. Terdapat massa kyai dan santri yang tidak mau memberikan dukungan politik kepada caleg dan partai politik karena persepsi negatif massa kyai dan santri yang menilai bidang politik bukan jalan terbaik untuk melakukan perubahan masyarakat.
3. Kyai dan santri sebagai unsur massa pondok pesantren memiliki pilihan politik sendiri, baik terhadap partai politik maupun calegnya, sesuai dengan pemahamannya terhadap pemilihan legislatif 2014.
4. Para caleg menggunakan strategi politik yang berbeda-beda dalam mendapatkan dukungan suara massa pondok pesantren baik di Jember maupun di Lumajang sesuai dengan karakteristik dan sikap politik massa pondok pesantren.
5. Para caleg menggunakan bentuk komunikasi politik berupa retorika politik, public relation politik, kampanye politik, lobi politik, dan tindakan politik untuk mendapatkan dukungan massa pondok pesantren di Jember dan Lumajang.
6. Para caleg menilai massa pondok pesantren menjadi bagian penting dalam meningkatkan perolehan suara, tetapi bukan satu-satunya sumber kekuatan untuk memenangkan pertarungan dalam pemilihan legislatif 2014.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2000.
- Arifin, Anwar, *Komunikasi Politik*, Jakarta: Balai Pustaka, 2003.
- Asror, Ahidul, *Artikulasi Politik Kiai NU pada Masa Transisi Demokrasi*, Jember: STAIN Jember Press, 2013.
- Azizah, *Artikulasi Politik Santri: Dari Kyai Menjadi Bupati*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003.
- Fathor Rahman, *Singgasana Politik Kiai Madura*, Jember: STAIN Jember Press, 2013.
- Hamad, Ibnu, *Kontruksi Realitas Politik dalam Media Massa*, Jakarta: Granit, 2004
- Hendry, *Pemilu & Kisah Perjalanan 2 Roh*, Media Center KPU Kota Malang dan Bayumedia, Malang, 2012.
- Kertajaya, Hermawan, *Marketing Yourself*, MarkPlus & Co, Jakarta, 2004.
- Moloeng, Lexy J, 2000, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Mubaraq, Zulfi, *Perilaku Politik Kiai*, Malang, UIN Maliki Press, 2012.
- Muhaimin, *Golput dalam Optic Kaum Santri*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- Muhibbin, *Politik Kiai & Politik Rakyat*, Jember: Yogyakarta: Pustaka Pelajar 2012.
- Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007.
- Miles, H.B, dan Hubermen, 1992, *Analisis Data Kualitatif*, penerjemah Tjetjep Rohendi Rohidi dari judul asli *Qualitative Data Analysis*, Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Nimmo, Dan, *Komunikasi Politik*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011
- Rakhmad, Jalaluddin, 2001, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Schroder, Peter, *Strategi Politik*, Jakarta: Frederich Numann Stiftung fur die Freiheit, 2013.

Kun Wazis

- Subiakto, Henry dan Rachmah Ida, *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Sumiharsono, Rudy dan Hisbiyatul Hasanah, *Strategi Belajar Mengajar*, Jember: STAIN Jember Press, 2012
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: CV. Alfabeta, 2009.
- Suprayogo, Imam, *Kiai dan Politik*, Malang: UIN Maliki Press, 2009.
- Winarni, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Malang: UMM Press, 2003.