

BAB III

HASIL TEMUAN DAN ANALISIS

III.1. Kampanye hitam dan Kampanye Negatif terhadap Joko Widodo dan Jusuf Kalla yang terdapat dalam media sosial dan media cetak menjelang Pemilu Presiden Tahun 2014 di Kabupaten Madiun.

III.1.1. Media Sosial

Dunia informasi dan teknologi yang semakin canggih saat ini, membuat keseluruhan produk hasil rekayasa teknologi menjadi bagian hidup tersendiri dalam masyarakat untuk berkomunikasi. Salah satunya adalah sosial media yang sedang menjadi trend masyarakat, terutama kaum muda yang memanfaatkannya sebagai jejaring dalam berkomunikasi. Hal inilah yang rupanya menjadi incaran tersendiri bagi para figur panggung politik yang akan menaiki tahta kepresidenan pada 9 Juli 2014 untuk berkampanye dan menjaring seluruh komunitas dalam masyarakat melalui sosial media.

Di kabupaten madiun, pemanfaatan media sosial dalam kampanye pemilu presiden adalah dengan menggunakan jenis sosial media berupa facebook. Para tim pemenangan memilih menggunakan facebook karena menganggap bahwa penggunaan dan pengaplikasian facebook dirasa cukup mudah bila dibandingkan dengan jenis sosial media lainnya. Selain itu semua lapisan masyarakat juga dirasa bisa menggunakan jenis sosial media tersebut.

Namun penggunaan facebook dalam berkampanye pada pemilu presiden disalahgunakan oleh beberapa pihak yang tidak bertanggung jawab. Salah satunya adalah menyebarkan isu-isu kampanye yang bersifat kampanye hitam dan kampanye negatif. Hal ini dimaksudkan untuk menghasut para pengguna facebook lainnya agar memilih calon yang mereka usung. Contohnya pada salah satu halaman facebook berikut ini :

Gambar III.1 Contoh kampanye negatif terhadap Joko Widodo di media sosial facebook.



Sumber : <https://www.facebook.com/YLP93?ref=ts&fref=ts>

Dalam akun facebook tersebut, banyak sekali hujatan-hujatan yang ditujukan kepada Joko Widodo. Salah satu contohnya adalah seperti gambar di atas. Akun facebook tersebut meragukan kemampuan Joko Widodo untuk maju sebagai Presiden karena menganggap bahwa Joko Widodo tidak mempunyai charisma

sebagai seorang Presiden. Adapun contoh lainnya yakni yang terdapat dalam halaman facebook berikut ini :

Gambar III.2. Contoh kampanye hitam terhadap Joko Widodo di media sosial facebook.



Sumber : <https://www.facebook.com/YLP93?ref=ts&fref=ts>

Dalam halaman facebook tersebut, pemilik akun berusaha untuk mempengaruhi pemikiran masyarakat dengan menuliskan bahwa Joko Widodo adalah boneka politik dari Megawati Soekarnoputri. Mereka mencoba untuk mengalihkan pemikiran masyarakat tentang bagaimana masa kepemimpinan Megawati Soekarnoputri pada saat menjabat sebagai Presiden dahulu. Pemilik akun ini secara tidak sadar memaksa masyarakat untuk berpikir dampak seperti apa yang

akan terjadi apabila pada masa kepemimpinan Joko Widodo masih merupakan campur tangan dari Megawati Soekarnoputri.

Selain itu terdapat kumpulan foto-foto yang sudah diubah menjadi gambar-gambar dengan tulisan yang mengarah pada kampanye negatif terhadap Joko Widodo dan juga Jusuf Kalla. Dalam kumpulan foto-foto tersebut, dituliskan kata-kata yang pernah diucapkan oleh masing-masing aktor tersebut. Salah satunya adalah janji Joko Widodo yang akan mengabdikan diri selama 5 tahun sebagai gubernur DKI Jakarta. Selain itu juga terdapat foto aktor-aktor politik lainnya, yakni Jusuf Kalla, Megawati Soekarnoputri, Surya Paloh, dan juga Anis Baswedan.

Gambar III.3. Contoh kampanye negatif terhadap Joko Widodo di media sosial facebook.



Sumber : <https://www.facebook.com/fardhan.muh?ref=ts&fref=ts>

Gambar III.4 Contoh kampanye negatif terhadap Joko Widodo di media sosial facebook yang menolak Jokowi menjadi Presiden.



Sumber : <https://www.facebook.com/fardhan.muh?ref=ts&fref=ts>

Dalam laman facebook diatas, dijelaskan 13 alasan mengapa pemilik akun tersebut tidak mau mendukung Jokowi untuk menjadi Presiden. Alasan-alasan tersebut adalah Mendongkrak popularitas dengan mendompleng ESEMKA, menelantarkan nasib ESEMKA, mudah mengkhianati amanah yang telah diberikan oleh rakyatnya, tidak berjiwa Nasionalisme, bukan contoh pemimpin yang gentleman, lebih mementingkan mandate atau kepentingan partai, berbohong dengan memainkan sandiwara politik, hanya menjadi wayang atau boneka saja,

berpolitik balas budi, melakukan pencitraan yang menguntungkan saja, tidak memiliki visi misi yang jelas terarah dan terukur, belum memiliki prestasi kerja mengatasi problem-problem negara, dan terakhir sebab dicalonkan oleh PDIP.

Di halaman facebook lainnya juga terdapat bentuk kampanye hitam yang menyerang Joko Widodo, yakni pertanyaan mengenai agama apa yang dianut oleh Joko Widodo. Dalam halaman facebook tersebut, dijelaskan bahwa yang dilakukan Joko Widodo selama ini terkait dengan statusnya sebagai seorang Muslim patut untuk ditanyakan. Sebab dalam halaman facebook tersebut mengatakan bahwa selama ini masyarakat yang sebelumnya berada di lingkungan sekitar Joko Widodo meragukan ke-Islaman Joko Widodo sebab mereka tidak pernah melihat dan menjumpai Joko Widodo untuk melaksanakan ibadah sholat Jum'at di Masjid. Selain itu halaman facebook ini juga memberitahu bahwa Joko Widodo tidak tahu bagaimana cara berwudhu dan memimpin sholat berjamaah. Apa yang dilakukan oleh Joko Widodo dan tim nya menurut tulisan di halaman facebook tersebut merupakan strategi yang sudah disusun sebelumnya.

Gambar iii.5 Contoh Kampanye Hitam Joko Widodo di media sosial Facebook.



Apa sebenarnya AGAMA Jokowi ? betulkah Muslim ?

Mengenai agama Joko Widodo dan keluarganya, sesuai catatan RT dan RW serta KTP yang diterbitkan kelurahan Manahan, kecamatan Banjarsari, Surakarta, agama Joko Widodo adalah Islam. Meski begitu, Pak Margono mengaku seumur hidupnya selama tinggal di Tirtoyoso, Manahan, Joko Widodo tidak pernah terlihatnya mengerjakan Shalat sebagaimana lazimnya umat Islam.

Keterangan Margono dan tetangga Jokowi itu menjawab pertanyaan besar mengenai agama Jokowi selama ini. Jokowi beragama Islam tapi dipastikan baru akhir – akhir ini dia mengerjakan shalat. Terbukti dengan ketidakpahaman Jokowi mengenai tata cara bersuci (berwudhu) dan tata cara shalat berjamaah.



SEKEDAR FAKTA YANG TERJADI SETELAHNYA

Sumber : <https://www.facebook.com/pages/TolakJokowi/720697814628014>

III.1.2. Media Cetak

Gambar III.5 Contoh Kampanye Hitam terhadap Jokowi di media cetak



Sumber : <https://www.google.co.id/search?q=gambar+majalah+obor+rakyat-pemenangan-jokowi-jk-laporkan-beredarnya-majalah-obor-rakyat.html&>

Penyalahgunaan media sebagai fasilitas kampanye juga disalahgunakan oleh salah satu media cetak, yakni obor rakyat. Media ini menyebar di masjid-masjid serta pondok pesantren yang ada di wilayah Kabupaten Madiun. Dalam majalah tersebut menggambarkan sosok Joko Widodo yang sedang mencium tangan Megawati Soekarnoputri. Di halaman yang sama juga terdapat tulisan 184 Caleg Nonmuslim PDIP untuk kursi DPR. Majalah obor rakyat ini berusaha mempengaruhi masyarakat bahwa Jokowi adalah seorang capres boneka yang dimainkan oleh Megawati Soekarnoputri. Selain itu, tulisan judul lainnya yakni 184

Caleg Nonmuslim PDIP untuk kursi DPR ini juga untuk mempengaruhi pemikiran masyarakat bahwa Jokowi ini merupakan Nonmuslim dan tidak simpati dengan nasib umat muslim.

“...kita tidak tahu siapa yang menaruh majalah tersebut, yang jelas kemungkinan besar mereka menaruhnya saat sedang dilaksanakan sholat jamaah. Sebab sebelum melaksanakan sholat berjamaah mereka bilang majalah itu masih belum ada. Begitu kita dapat kabar kalo disini ada berita seperti ini ya akhirnya kita ke lokasi untuk meninjau bagaimana situasi disana setelah ada masalah seperti itu. Respon masyarakat ya bisa kita tebaklah kan, gak mungkin juga semua orang se-Kabupaten milih Jokowi, pastikan ada yang milih Prabowo. Jadi ya kita susun gimana caranya meyakinkan warga kalo itu bohong..” (wawancara dengan Rudy Triswahono)

Majalah Obor Rakyat sebelumnya juga menyebar di kota-kota besar lainnya di Indonesia, tidak terkecuali di kabupaten Madiun. Hal ini mengharuskan tim pemenangan Joko Widodo dan Jusuf Kalla yang ada di Kabupaten Madiun untuk mengatur strategi guna menepis pemberitaan yang terdapat di dalam majalah Obor Rakyat tersebut. Selain masuk di masjid-masjid, majalah Obor Rakyat ini juga masuk ke lingkungan Pondok Pesantren yang ada di wilayah Kabupaten Madiun. Sehingga permasalahan ini sempat menjadi topik pembicaraan yang ramai di Kabupaten Madiun.

“...ada juga di pondok pesantren di saradan sana. Ya sama kita juga tidak tahu siapa yang menaruhnya. Entah ada orang dalam, entah dari luar kita nggak bisa mutusin. Apalagi kan kalau di pesantren lingkungannya lebih susah dibandingin masyarakat biasa. Makanya kita saling konfirmasi aja ke sesama tim gimana caranya buat yakinin masyarakat. Dan itu gak gampang ternyata..” (wawancara dengan Rudy Triswahono).

III.2. Strategi Tim Pemenangan Joko Widodo dan Jusuf Kalla dalam menepis isu kampanye hitam dan kampanye negatif menjelang pemilu presiden tahun 2014 di Kabupaten Madiun

1. Memanfaatkan Jejaring Sosial Facebook

Media sosial merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan dan klien. Hal ini pada akhirnya membuat tim pemenangan Jokowi untuk memanfaatkan media sosial berupa facebook. Menurut mereka, dengan memanfaatkan media sosial seperti facebook maka jaringan mereka untuk mempromosikan Joko Widodo akan lebih luas. Selain itu media sosial juga memiliki kelebihan dibandingkan dengan media konvensional lainnya, diantaranya adalah sifatnya yang sederhana. Selain itu media sosial juga berusaha untuk membangun sebuah hubungan. Tim pemenangan mendapatkan sebuah feedback langsung dari masyarakat berupa ide, pengujian dan cara mengelola layanan terhadap masyarakat dengan cepat. Selanjutnya media sosial mempunyai jangkauan yang sangat luas sehingga tidak membatasi siapa saja yang ingin mengakses media sosial tersebut.

Gambar III.6 Strategi yang digunakan oleh tim pemenangan Joko Widodo dan Jusuf Kalla melalui media sosial facebook.



Sumber : <https://www.facebook.com/ernawati.susanto.5>

Gambar di atas merupakan halaman facebook wakil ketua PAC (Pengurus Anak Cabang) PDI Perjuangan yang ada di Kecamatan Geger Kabupaten Madiun. Gambar di atas digunakan oleh para tim pemenangan Joko Widodo dan Jusuf Kalla untuk menepis isu kampanye negatif yang sebelumnya juga beredar di jejaring facebook. Kumpulan foto yang terdapat di halaman facebook tersebut mencoba untuk menjelaskan bahwa Joko Widodo layak untuk menang sebagai Presiden. Tulisan-tulisan yang juga terdapat di dalam foto tersebut mempunyai fungsi untuk memberikan informasi kepada masyarakat bahwa semua isu kampanye negatif yang sempat beredar sebelumnya di facebook itu tidak benar.

Adapun pesan-pesan yang disampaikan di tiap foto tersebut tidak saling sama antara satu dengan lainnya. Satu foto digunakan untuk menjawab satu alasan mengapa harus memilih Joko Widodo sebagai presiden. Pesan-pesan yang ada di dalam foto tersebut antara lain :

- Dia sangat peduli dengan rakyat sehingga dia dekat dan disenangi oleh masyarakat luas. Kegiatan blusukan yang kerap beliau lakukan merupakan bukti nyata kepedulian beliau terhadap masyarakat, kemanapun beliau melangkah selalu mendapat respon dan penerimaan yang baik dari masyarakat.
- Dia pemimpin yang berani dan tidak diskriminatif. Sebagai pemimpin yang memiliki integritas yang tinggi, beliau melaksanakan apa yang telah diamanatkan UUD serta hukum dan peraturan yang berlaku, beliau tegas menyatakan yang benar itu benar dan yang salah itu salah.
- Dia melakukan tugas yang memang dilakukan oleh seorang pemimpin. Sebagai pemimpin Jokowi tanggap terhadap berbagai permasalahan yang terjadi, mengatasinya dengan bijak dan memberi teladan kepada rakyat yang dipimpinnya.
- Dia bukan bagian dari dinasti penguasa masa lalu. Beliau tidak mempunyai beban sejarah dan beban politik lainnya sehingga tidak sulit bagi beliau untuk mengambil keputusan yang tegas yang menyangkut masalah-masalah yang terjadi di masa lalu.

- Dia bersih dari KKN (Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme), serta kasus hukum lainnya.
- Dia memperoleh berbagai prestasi dan penghargaan saat menjadi Walikota Solo dan Gubernur DKI Jakarta.
- Dia pribadi yang sederhana, rendah hati, dan tidak suka mengeluh.

Model penyebaran dengan menggunakan jejaring sosial facebook dirasa lebih cepat dan efektif dibandingkan dengan menggunakan media lainnya. Sebab facebook sebagai jejaring sosial mempunyai kelebihan tersendiri dibandingkan dengan jejaring sosial lainnya. Selain mudah diakses, facebook juga bisa menampilkan gambar dan informasi yang lebih jelas serta lebih mudah dalam proses mengakses dibandingkan dengan jejaring sosial lainnya. Oleh sebab itu para tim pemenangan Joko Widodo dan Jusuf Kalla di Kabupaten Madiun menggunakan facebook sebagai strategi untuk menepis isu kampanye hitam dan kampanye negatif yang sebelumnya juga beredar di facebook.

Kemudian di laman facebook berikutnya terdapat sebuah foto yang bertuliskan pesan untuk para haters / yang kontra dengan Joko Widodo apabila ia maju mencalonkan diri sebagai presiden. Isi dari pesan tersebut adalah mencoba untuk meluruskan omongan-omongan yang menyerang Joko Widodo dalam pencalonannya menjadi Presiden. Hal ini disebabkan karena banyaknya kalimat-kalimat cacian yang ditujukan kepada Joko Widodo dan Jusuf Kalla. Sehingga tim pemenangan mencoba untuk menyusun strategi dengan membuat foto tulisan tersebut dan ditampilkan ke dalam jejaring facebook.

Gambar III.7. Tulisan untuk Haters Jokowi di media sosial facebook



Sumber : Sumber : <https://www.facebook.com/ernawati.susanto.5>

Selain membalas pernyataan-pernyataan haters, tim pemenangan juga berusaha untuk mempromosikan sosok Jokowi kepada masyarakat melalui jejaring facebook. Tim berusaha mengajak masyarakat untuk bersatu dan ikut mendukung Joko Widodo sebagai presiden tahun 2014-2019. Untuk itu mereka membuat tulisan yang disertai foto Joko Widodo sehingga menjadikan masyarakat tertarik dan pada akhirnya memilih untuk mendukung Joko Widodo. Salah satu contohnya adalah seperti di bawah ini :

Gambar III.8. Strategi yang dibuat oleh tim pemenangan Joko Widodo untuk menarik perhatian masyarakat melalui jejaring sosial facebook



Sumber : Sumber : <https://www.facebook.com/ernawati.susanto.5>

Pada foto di atas, digambarkan bagaimana Jokowi adalah sosok pemimpin yang dekat dengan rakyatnya. Berbeda dengan lawan politiknya, Jokowi memilih untuk turun ke masyarakat langsung untuk mengatasi langsung permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat. Berada diantara masyarakat bukan hal yang baru bagi Jokowi, sebab saat menjadi Walikota Solo, Jokowi juga lebih mengutamakan untuk turun langsung ke masyarakat. Dengan begitu kesan yang disampaikan oleh tim pemenangan Jokowi melalui foto di atas adalah bahwa Jokowi adalah presiden yang mengerti dan peduli terhadap masyarakatnya.

Kemudian pada laman facebook berikutnya berisi tentang ajakan untuk memilih Joko Widodo sebagai presiden dan Jusuf Kalla sebagai wakil presiden tahun 2014-2019. Pada foto tersebut, terdapat kalimat-kalimat ajakan agar masyarakat tidak golput dalam pemilihan umum presiden nantinya. Mereka berusaha untuk memberitahu masyarakat jika mereka ingin adanya perubahan maka yang harus mereka lakukan adalah memilih. Dan para tim pemenangan ini menganjurkan masyarakat untuk memilih Jokowi karena menurut mereka Jokowi yang mempunyai potensi untuk menjadi presiden.

Gambar III.9. Kampanye Positif Jokowi melalui jejaring sosial facebook



Sumber : Sumber : <https://www.facebook.com/ernawati.susanto.5>

2. Interaksi Langsung

Selain dengan menggunakan media sosial, tim pemenangan Jokowi dan Jusuf Kalla juga melakukan interaksi secara langsung oleh masyarakat. Tujuan dari interaksi langsung adalah agar para tim pemenangan tersebut paham tentang isu-isu apa saja yang berkembang di masyarakat Kabupaten Madiun. Terlebih lagi interaksi langsung dengan masyarakat dirasa cukup efektif untuk menggiring masyarakat agar masuk kedalam kubu mereka.

Interaksi secara langsung dapat dilakukan dimana saja, dan dengan siapa saja. Salah satu contoh interaksi langsung yang dilakukan oleh tim pemenangan Jokowi di kabupaten Madiun adalah dengan mendatangi warung-warung kopi. Keberadaan warung-warung kopi di kabupaten Madiun membantu tim pemenangan untuk melaksanakan tugasnya dalam mempengaruhi masyarakat agar memilih calon yang diajukan. Sebab meskipun tidak selalu ramai, keberadaan warung-warung kopi tersebut selalu dikunjungi oleh masyarakat sekitar. Sehingga meringankan tim pemenangan sebab mereka tidak perlu mencari massa untuk melakukan sebuah kampanye.

"...untuk pembagian wilayahnya kita atur per perorangan ya mbak. Jadi kamu tinggal dimana ya kamu cari warung kopi mana yang bisa disinggahi. Waktunya bisa kapan saja. Karena ya warung kopi kan buka dari pagi sampai malam, apalagi yang biasanya rame dibuat nongkrong anak muda. Ya kita pelan-pelan masuknya, gak langsung woy kita mau kampanye nih, bukan seperti itu. Kita amati dahulu bagaimana masyarakatnya, apa topik pembicaraannya, baru

kita siapin rencana buat masuk ke topik mereka...”
(wawancara dengan Y Ristu Nugroho, 13 Juli 2015)

Kemudian, Ristu juga menyebutkan bahwa semua kalangan masyarakat dapat lebih mudah dijumpai di warung-warung kopi tersebut. Mulai dari yang PNS sampai yang buruh tani, dan juga para pemilih muda bisa dijumpai di warung-warung kopi. Meskipun jumlah pengunjung warung tidak selalu banyak, namun dengan memberikan informasi setiap harinya dan berbeda-beda orangnya maka dengan strategi seperti itu Ristu yakin bahwa Jokowi akan menang dalam pemilu presiden nantinya.

“...kalo di Jakarta waktu mau nyari massa mereka pake strategi pasang-copot banner atau baliho, kalau kita disini tinggal datang saja ke warung kopi. Kan lumayan kalo satu hari bisa dapat 5 atau 6 orang kan lumayan. Tinggal dijumlah aja nanti di tiap desa, kecamatan itu nanti berapa. ...” (wawancara dengan Y.Ristu Nuroho. 13 Juli 2015)

Kemudian interaksi langsung lainnya dengan masyarakat adalah berdiskusi dan meminta dukungan kepada komunitas masyarakat peminum. Di Kabupaten Madiun masih banyak dijumpai penjual minuman keras yang lebih dikenal dengan sebutan Arjo²⁷. Meskipun status mereka seorang peminum, namun pada saat pencoblosan nantinya mereka tetap saja mempunyai satu hak suara sah. Oleh sebab

²⁷ Arjo adalah singkatan dari arak jowo. Di Madiun, Arjo sangat populer. Nama itu mengacu pada minuman keras jenis arak yang sudah puluhan tahun jadi pilihan untuk membuat teler penikmatnya di bekas wilayah keresidenan Madiun. Miras jenis ini ternyata berbahan baku tetes tebu alias molasses.

itu tim pemenangan Jokowi dan Jusuf Kalla juga merangkul komunitas masyarakat peminum tersebut.

"..sebenarnya susah masuk ke komunitas mereka itu, tapi ya kita coba lagi sampai bisa. Sebelumnya kita sudah penelitian dulu nih gimana kondisi disitu, aman atau enggak, mereka minumnya tiap jam berapa aja, kan kita mesti tahu kan. Jadi apa yang kita sampaikan itu nantinya gak sia-sia. Ya pertama mereka nggak peduli, tapi pelan-pelan kita berusaha meyakinkan mereka bahwa Jokowi setelah jadi presiden bisa bawa perubahan untuk kita. Apalagi kan rata-rata dari mereka adalah pengangguran ya mbak, ya walaupun kerja mungkin hanya sebatas petani atau buruh tani. Jadi kita tahu oh seperti ini berarti topiknya harus ini. Jadi kita bilang ke mereka kalau Pak Jokowi menang insyaAllah lapangan kerja akan disediakan bagi masyarakat yang masing-masing nganggur..." (wawancara dengan Y.Ristu Nugroho, 13 Juli 2015)

Kemudian permasalahan yang paling fatal di Kabupaten Madiun menjelang pemilu presiden adalah beredarnya majalah *Obor Rakyat* di lingkungan masjid dan pondok pesantren. Usaha yang dilakukan oleh tim pemenangan Jokowi dalam menepis isu kampanye tersebut adalah dengan mengikuti acara-acara keagamaan. Salah satu contoh acara keagamaan yang rutin dilakukan oleh masyarakat di Kabupaten Madiun adalah *Muslimatan*²⁸. Taktik yang dilakukan di acara *muslimatan* tersebut adalah dengan menjadi pembicara dalam acara tersebut.

"...kita ngisi materi disitu mbak. Berhubung kemaren ada juga isu yang nyangkut agama jadi ya kita jelasin bagaimana Islam itu. Bagaimana seorang muslim yang baik itu. Lalu kita masuk ke topik majalah *Obor Rakyat* itu. Sambil ceramah sambil kita masukin materi-materi

²⁸ *Muslimatan* merupakan acara keagamaan berupa pengajian dan ceramah rutin yang biasa dilakukan antara 1 minggu sekali, 2 minggu sekali atau bahkan 1 bulan sekali.

kampanye. Kita jelasin kalau muslim yang baik itu menghormati agama lainnya. Lalu ya sentilan-sentilan guyonlah buat nanggapi majalah itu. Cuma ya fokusnya apa tetap kita kerjakan..” (wawancara dengan anang dwi sujatno, 12 Juli 2015)

Pada pemilu presiden tahun 2014, program yang paling hangat di masyarakat Kabupaten Madiun adalah dana 1 milyar untuk satu desa. Hal ini disampaikan langsung oleh tim pemenangan Joko Widodo dan Jusuf Kalla, yakni Anang Dwi Sujatno bersama dengan tim lainnya kepada masyarakat di Kabupaten Madiun. Bahkan Radar Madiun juga sempat menulis berita tersebut disalah satu kolom berita di dalam Koran tersebut.

Gambar III.10. Strategi satu desa 1 milyar di kolom berita Radar Madiun



Sumber : <http://www.radarmadiun.info/blog/2014/07/ketika-desa-des-bergelimang-rupiah/>

Selain itu, Anang Dwi Sujatno juga menyampaikan hal ini dalam acara-acara diskusi kampanye bersama dengan warga di Kabupaten Madiun. Dalam kampanyenya Anang menyampaikan bahwa ketika nanti Joko Widodo dan Jusuf Kalla terpilih menjadi presiden, maka setiap desa akan diberikan bantuan dana untuk kebutuhan masing-masing desa. Seperti pada wawancara berikut ini :

“...kita menjanjikan kepada mereka kalau nantinya Jokowi yang terpilih, kita sebagai wakil disini akan mengusahakan untuk memberikan bantuan berupa uang. Tapi di awal juga kami sampaikan kepada mereka permasalahan kapan dana itu cair kami belum bisa mastiin. Jadi semisal di kecamatan Nglames, butuh dana untuk bikin pakaian sinoman begitu ya nanti kita yang bantu untuk buat proposal ke pusat. Di kecamatan ini butuh apa, kita daftar dulu lalu nantinya kita bantuin untuk sampaikan ke pusat..” (wawancara dengan Anang Dwi Sujatno, 12 Juli 2015)

Program bantuan dana ini yang menjadi isu hangat di Kabupaten Madiun. Masyarakat yang mayoritas dengan tingkat ekonomi menengah ke bawah, merasa bahwa Jokowi peduli akan nasib mereka. Sehingga mereka mempercayai apa yang diucapkan oleh tim pemenangan Jokowi dan Jusuf Kalla.

III.3. Interpretasi Teori

Dari hasil penelitian yang telah dipaparkan diatas, terdapat dua macam strategi yang digunakan oleh tim pemenangan Joko Widodo dan Jusuf Kalla dalam menepis isu kampanye hitam dan kampanye negatif yang terdapat di media sosial dan media cetak menjelang pemilu presiden tahun 2014 di Kabupaten Madiun. Kedua strategi tersebut yakni dengan memanfaatkan peran media sosial dan

interaksi langsung dengan masyarakat. Kedua faktor ini mempengaruhi pola pikir masyarakat sehingga mereka dapat menentukan calon mana yang layak untuk mereka jadikan sebagai presiden.

Menurut Peter Schroder dalam mekanisme pengambilan keputusan strategis, budaya akan mempengaruhi jenis strategi yang diambil. Karena budaya merupakan bagian dari kondisi lingkungan yang spesifik. Faktor budaya yang berorientasi pada agama, sosial dan latar belakang sejarah, bentuk komunikasi tertentu dan sebagainya patut diperhitungkan dalam penyusunan strategi dan taktik. Pada saat membuat perencanaan, penyusunan strategi harus memperhatikan keadaan lingkungan secara umum termasuk faktor budaya. Namun tidak boleh bertumpu pada satu elemen saja.

Perencanaan strategi merupakan analisa sistematis dan perumusan sasaran ke depan, respon-respon dan pilihan-pilihan, pemilihan optimal dan penetapan instruksi-instruksi untuk mengimplemrntasikannya secara rasional. Ada tiga pendekatan metodologi perencanaan yakni : Pertama, model kemiliteran yang berorientasi pada pasar dan politis. Kedua, model perencanaan korporasi. Dan ketiga, model perencanaan politis.

Dengan penjelasan implikasi teori atas strategi politik yang digunakan oleh tim pemenangan Jokowi dan Jusuf Kalla di Kabupaten Madiun menunjukkan bahwa media sosial mempunyai peranan yang lebih besar dibandingkan dengan media-media lainnya. Hal ini disebabkan karena kelebihan yang diberikan oleh media sosial yakni kemudahan dalam mengakses berita. Serta manfaat dari interaksi langsung dengan masyarakat membuat masyarakat semakin yakin dan peduli

terhadap visi dan misi calon yang diusung oleh tim pemenangan. Dari interaksi langsung, tim pemenangan dapat lebih leluasa dalam hal menarik perhatian masyarakat. Selain itu, dengan interaksi langsung tim pemenangan Jokowi dan Jusuf Kalla dapat merangkul seluruh elemen masyarakat sehingga tidak terjadi ketimpangan. Dengan merangkul seluruh masyarakat, maka akan lebih mudah untuk para tim pemenangan dalam menyampaikan materi-materi yang sudah direncanakan sebelumnya.

