

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK KHOFIFAH-EMIL  
DALAM PEMILIHAN GUBERNUR JAWA TIMUR 2018**

**Rafaela Benigna**

[ninabenignar@gmail.com](mailto:ninabenignar@gmail.com)

**Dosen Pembimbing: Dr. Suko Widodo, Drs., M.Si.**

Departemen Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Airlangga

---

**ABSTRAK**

Jawa Timur merupakan salah satu provinsi yang turut mengadakan pesta demokrasi pada 27 Juni 2018 dengan tokoh yang sangat kompetitif, yakni Khofifah-Emil dan Gus Ipul-Puti. Dalam penelitian ini, pasangan Khofifah-Emil dipilih oleh peneliti latar belakang Khofifah yang telah kalah dua kali berturut-turut di Pemilihan Gubernur Jawa Timur. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh tim pemenangan Khofifah-Emil dalam Pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018. Metode yang digunakan adalah wawancara mendalam kepada beberapa elit tim pemenangan dan melengkapi data dengan studi literatur. Hasil penelitian ini ditemukan deskripsi mengenai peran vital lembaga riset politik (Poltracking) dalam memudahkan pekerjaan tim pemenangan, khususnya pada tahap yang dalam pemasaran politik dikenal sebagai *social mapping*, serta proses-proses *segmenting-targeting-positioning*. Hal tersebut dikarenakan lembaga riset politik dapat membedah pasar secara akurat dengan survei yang dilakukan, serta memberikan konsultasi kepada tim pemenangan mengenai kelompok masyarakat yang perlu digarap. Kemudian implementasi strategi yang dilakukan oleh tim pemenangan Khofifah-Emil, dikategorikan sesuai dengan pokok bahasan komunikasi politik, yakni: siapa komunikator politik, apa pesan politik, dan saluran komunikasi politik yang digunakan.

**Kata kunci:** Khofifah, Emil, pemilihan gubernur, komunikasi politik.

## **PENDAHULUAN**

Penelitian ini membahas tentang strategi komunikasi politik yang digunakan oleh pasangan calon Khofifah-Emil dalam Pemilihan Gubernur Jawa Timur tahun 2018. Jawa Timur adalah salah satu provinsi yang telah menyelenggarakan pesta demokrasinya pada Pilkada Serentak di 27 Juni 2018, yang melibatkan rivalitas lama dan memiliki elektabilitas sangat kompetitif, yakni pasangan Khofifah-Emil dan Gus Ipul-Puti. Dalam penelitian ini, pasangan Khofifah-Emil dipilih oleh peneliti karena latar belakang Khofifah yang telah kalah dua kali berturut-turut di ajang yang sama, namun menang di Pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018.

Tahun 2018 dikenal luas sebagai “tahun politik” di Indonesia. Selain karena ia merupakan gerbang pembuka kontestasi Pemilu Presiden dan Pemilu Legislatif 2019, penyebab lainnya adalah karena berbagai daerah di Indonesia telah dengan serentak menggelar 171 pemilihan kepala daerah secara langsung di tahun 2018. Pilkada Serentak 2018 merupakan gelombang pilkada serentak ketiga secara parsial setelah Pilkada Serentak 2015 (269 daerah) dan Pilkada Serentak 2017 (101 daerah). Adapun jumlah daerah yang menyelenggarakan Pilkada Serentak 2018 ada 171 daerah, terdiri dari 17 provinsi, 39 kota, dan 115 kabupaten. Diantaranya, ada daerah-daerah yang menjadi lumbung suara nasional atau kerap disebut-sebut sebagai “*battlegrounds*” atau medan utama pertarungan, seperti Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah, dan Sumatera Utara.

Pemilihan Gubernur Jawa Timur (untuk selanjutnya disebut Pilgub Jatim) telah disorot oleh banyak media karena calonnya yang sangat kompetitif, yakni

pasangan calon Dra. Khofifah Indar Parawansa dan wakilnya Dr. Emil Elestianto Dardak, M.Sc (Khofifah-Emil) serta Drs. H. Saifullah Yusuf dan wakilnya Hj. Puti Guntur Soekarno S.IP (Gus Ipul-Puti). Kedua calon gubernur Jawa Timur tersebut, Khofifah dan Gus Ipul, merupakan politisi senior di kancah perpolitikan nasional, terutama di Jawa Timur sendiri. Tahun 2018 ini merupakan kali ketiga Khofifah mencalonkan diri sebagai gubernur Jawa Timur.

Pada Pilgub Jatim tahun 2008, pasangan Khofifah-Mudjiono berlaga dengan 4 (empat) pasangan calon lain yakni Sutjipto-Ridwan Hisjam, Soenarjo-Ali Maschan Moesa, Achmady-Soehartono, dan Soekarwo-Saifullah Yusuf. Khofifah-Mudjiono dan Soekarwo-Saifullah Yusuf mendapat suara tertinggi yakni 24,82% dan 26,44% sehingga lolos hingga putaran kedua, yang meskipun pada akhirnya dimenangkan oleh Soekarwo-Saifullah Yusuf dengan 50,20%. Khofifah yang tidak terima kemudian menggugat yang berbuah pada putaran ketiga yakni pemungutan ulang di Bangkalan dan Sampang, yang lagi-lagi dimenangkan oleh Soekarwo-Saifullah Yusuf dengan 50,11% suara.

Pada Pilgub Jatim tahun 2013, pasangan Khofifah-Herman kembali berlaga dengan 3 (tiga) pasangan calon lain yakni Bambang DH-Said Abdullah, Eggi Sudjana-M Sihat, dan Soekarwo-Saifullah Yusuf. Awalnya Khofifah-Herman sempat ditetapkan tidak memenuhi syarat oleh KPU karena minimal kursi elektoral partai pendukung sebesar 15% kursi DPRD Jawa Timur, sementara total kursi koalisi partai pengusung Khofifah-Herman hanya 14,81%. Fenomena ini sempat menyebabkan kisruh karena KPU Jatim diduga terkena suap serta ada usaha untuk menjegal Khofifah, sehingga kasus ini pun digugat hingga akhirnya

Khofifah-Herman dinyatakan lolos dan mendapat nomor urut. Namun pada akhirnya, Pilgub Jatim 2013 kembali dimenangkan oleh Soekarwo-Saifullah Yusuf dengan total 47,25% suara.

Namun, di Pilgub Jatim 2018 Khofifah kembali berlaga, ia bersama dengan Emil sebagai wakilnya melawan Gus Ipul-Puti, akhirnya mendulang kemenangan sebesar 53,55% suara, sementara Gus Ipul-Puti hanya 46,45%. Pada waktu itu, Khofifah-Emil didukung oleh enam partai pengusung, yakni Partai Persatuan Pembangunan (PPP), Partai Golongan Karya (Golkar), Partai Hati Nurani Rakyat (Hanura), Partai Amanat Nasional (PAN), Partai Nasional Demokrat (Nasdem), dan Partai Demokrat. Sementara Gus Ipul-Puti didukung oleh empat partai pengusung, yakni Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra), Partai PDI Perjuangan (PDIP), dan Partai Kebangkitan Bangsa (PKB). Partai-partai lainnya seperti Partai Islam Damai dan Aman (Idaman) dan Partai Berkarya telah menyatakan dukungan kepada Khofifah-Emil. Sementara itu, Partai Solidaritas Indonesia (PSI) dan Partai Persatuan Indonesia (Perindo) mendukung Gus Ipul-Puti, meski di tengah perjalanan PSI pindah gerbong ke kubu Khofifah-Emil. Ada pula Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKPI) yang dari awal telah menyatakan dukungan kepada Khofifah-Emil namun berakhir tidak lolos verifikasi untuk Pilkada Jawa Timur 2018 dan Pemilu Presiden 2019, sehingga PKPI sempat sibuk melayangkan gugatan ke pengadilan.

Khofifah telah dua kali mencalonkan diri dan mengalami kekalahan sehingga gagal menjadi gubernur Jawa Timur, berbeda dengan Gus Ipul yang

menjadi *incumbent* (petahana) dengan memenangkan pilgub dua kali berturut-turut, meski dengan menjadi wakil Soekarwo. Dari beragam survei yang dilakukan oleh lembaga riset politik (Indikator, Polmark, Poltracking, Litbang Kompas, dll) dapat diketahui bahwa elektabilitas keduanya juga selalu berbeda tipis. Selain itu, basis kekuatan politik kedua calon gubernur yang sama, kedua calon wakil gubernur yang dianggap belum matang dan berebut massa di Mataraman, bahkan hingga program yang ditawarkan keduanya pun tidak berbeda jauh. Ambisi Khofifah yang dinilai sangat besar juga menjadikan dia sebagai bulan-bulanan *negative campaign*, mengingat fakta bahwa ia sudah kalah dua kali di Pilgub Jatim. Rasanya akan sangat ceroboh sekali bila kali ketiga kemarin Khofifah hanya *bondo nekat* saja.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Metode yang digunakan adalah studi kasus. Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data akan dilakukan dengan cara wawancara mendalam (*in-depth interview*) narasumber, kemudian menelaah dokumen/foto/gambar catatan peristiwa agar mendukung penelitian yang komprehensif. Unit analisis yang menjadi pembahasan adalah hasil wawancara dan observasi terhadap aktivitas subjek atau narasumber. Subjek dalam penelitian ini adalah tim pemenangan Khofifah-Emil pada Pilgub Jatim 2018, dengan 4 narasumber yang merupakan elit dari tim pemenangan tersebut, yakni: Ketua Tim Pemenangan Khofifah-Emil, Sekretaris Tim Pemenangan, Wakil Sekretaris sekaligus Koordinator Utama Sekretariat Bersama Relawan, serta Juru Bicara Tim Pemenangan.

## **PEMBAHASAN**

Pada bab ini, peneliti akan menjawab rumusan masalah penelitian dengan menyajikan, melakukan interpretasi, dan menganalisis data-data temuan hasil wawancara mendalam dan studi literatur. Kumpulan data hasil wawancara mendalam dan studi literatur telah direduksi dan diolah oleh peneliti, sehingga hasil tersebut dibagi menjadi beberapa tema yang telah ditentukan oleh peneliti, dan sehubungan dengan topik besar yakni strategi komunikasi politik yang digunakan oleh Khofifah-Emil beserta tim guna memenangkan Pilgub Jatim 2018. Tema-tema tersebut dikelompokkan menjadi 2 (dua) subbab, yakni: Pemetaan Sosial-Politik Jawa Timur, dan Implementasi Strategi yang dibagi lagi ke dalam pokok-pokok bahasan komunikasi politik.

### **Pemetaan Sosial-Politik Jawa Timur**

Sejak dulu hingga sekarang, lembaga riset politik memiliki peran yang sangat besar terhadap sistem perpolitikan karena institusi tersebut tidak hanya melakukan survei saja namun juga menjadi konsultan bagi klien-klien politikus. Survei sangat bermanfaat bagi kandidat calon kepala daerah untuk memantaskan diri di depan ‘calon’ warganya. Elit partai juga sangat bergantung pada sejauh mana kandidat kepala daerah tersebut mempunyai potensi menang. Lembaga riset politik juga dapat memberikan konsultasi-konsultasi mengenai langkah yang sebaiknya diambil dalam melakukan penetrasi kelompok masyarakat berdasarkan survei yang dilakukan. Oleh karena itu, hasil survei menjadi penting untuk dibaca oleh *stakeholder* pemilu seperti Khofifah-Emil sendiri beserta elit tim pemenangan atau partai.

Pada Pilgub Jatim 2018 ini, tim pemenangan Khofifah-Emil juga menggunakan salah satu lembaga riset politik ternama dalam negeri, yakni Poltracking. Peran Poltracking tersebut, seperti dikatakan oleh M Roziqi adalah untuk membedah *floating mass* atau massa mengambang yang nantinya dijadikan sebagai *target audience* oleh tim pemenangan. Ia juga mengatakan bahwa melihat siapa masyarakat Jawa Timur yang merupakan *floating mass* tersebut tidak dapat diketahui dengan hanya memperkirakan, karena perlu lembaga survei untuk mengetahui daerah mana saja yang dinilai kurang suaranya, memiliki banyak *swing voters* (sudah memiliki pilihan tetapi masih mungkin berubah) atau *undecided voters* (belum menentukan pilihan), baru kemudian dilakukan berbagai pendekatan untuk menarik suara mereka.

Poltracking, sebagai lembaga riset politik yang dipilih oleh tim pemenangan, melakukan survei pada Januari 2018 dan Maret 2018, meski hasil survei Januari 2018 tidak dipublikasikan sehingga hanya hasil survei Maret 2018 yang dapat diakses oleh peneliti. Berbagai pengukuran survei yang dilakukan Poltracking pada Pilgub Jatim 2018 antara lain adalah untuk mengukur: popularitas dan akseptabilitas calon gubernur dan calon wakil gubernur, elektabilitas calon gubernur, elektabilitas calon wakil gubernur, elektabilitas pasangan calon, peta dukungan pasangan calon berbasis geografis sub-kultur dan demografi pilihan Pemilu 2019, karakter personal pasangan calon, preferensi dan karakteristik pemilih, serta potensi partisipasi dan kemantapan pilihan.

Tahapan *social mapping* yang berasal dari ragam pemasaran politik, beserta proses-proses *segmenting-targeting-positioning* yang dilakukan oleh tim

pemenangan Khofifah-Emil, dengan bekerjasama dengan Poltracking. Di tahapan *social mapping* ini diketahui bahwa lembaga riset politik memiliki peran yang signifikan karena keahliannya di bidang survei dan memberikan konsultasi pada klien elit politik. Survei dapat membedah kelompok masyarakat sesuai dengan demografi/psikografi/sosiografi tertentu, mengetahui *voting behavior*, hingga mengetahui elektabilitas kandidat dan citra yang dimiliki kandidat di benak publik. Selain itu, klien elit politik juga dapat melakukan konsultasi mengenai segmen apa saja yang harus digarap. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa lembaga riset politik memiliki peran yang sangat vital dalam membedah pasar secara akurat dan membuat pekerjaan tim pemenangan Khofifah-Emil menjadi sangat termudahkan dalam penyusunan strategi komunikasi politik.

### **Implementasi Strategi**

Pada subbab Implementasi Strategi, dipaparkan mengenai strategi yang diterapkan oleh tim pemenangan Khofifah-Emil, sesuai pokok bahasan komunikasi politik menurut Leonard Doob dalam Nimmo (2005), yakni: Komunikator Politik, Pesan Politik, dan Saluran Komunikasi Politik.

#### **a) Komunikator Politik**

*Pols* atau politikus utama yang dibahas pada subbab ini tak lain adalah Khofifah dan Emil sendiri, disertai dengan identitas NU dan Milenial sebagai karakteristik sosial yang mengikat antara pemimpin dengan pengikut. *Pros* atau komunikator profesional yang bekerja sama dengan tim pemenangan antara lain adalah Suko Widodo ahli komunikasi politik Universitas Airlangga, dan Mas Widi (tidak ada narasumber yang mengetahui nama lengkap) komunikator politik



spesialis debat publik dari Jakarta. *Vols* atau aktivis yang mendukung antara lain adalah Muslimat dan Kiai NU serta kelompok relawan politik baru. Muslimat NU merupakan kekuatan politik Khofifah yang solid mendukungnya sejak dulu hingga sekarang, berbasis akar rumput, memiliki berbagai kegiatan rutin sebagai medium komunikasi politik, serta militan dalam mendekati simpatisan. Selain kiai dan nyai tokoh besar NU, kiai-kiai pesantren yang memiliki jumlah santri ribuan juga diajak bergabung. Kemudian masyarakat umum yang berpartisipasi aktif dengan membuat kelompok relawan politik khusus untuk mendukung Khofifah-Emil di Pilgub Jatim 2018. Kelompok-kelompok relawan tersebut kegiatannya difasilitasi oleh tim pemenangan Khofifah-Emil, dioptimalkan untuk meramaikan kegiatan seremonial, serta memiliki pergerakan yang masif baik secara *online* maupun *offline*.

Seorang pemimpin politik juga memiliki karakteristik sosial tertentu. Bila Nimmo menyatakan bahwa banyak studi pustaka di Amerika Serikat yang menyatakan kecenderungan orang-orang yang memegang pimpinan tidak mewakili keanekaragaman sosial serta hanya menandai populasi umum, maka tidak berbeda jauh dengan Indonesia, dimana seorang calon presiden hanya akan terpilih bila ia seorang yang berasal dari Suku Jawa. Selain karakteristik sosial ras atau suku, terdapat juga jenis kelamin (yang seringkali dikaitkan dengan isu gender), agama, gelar akademis, hingga kelas ekonomi.

Khofifah, dalam konteks karakteristik sosial kepemimpinan politik ini merupakan seorang sarjana, seorang *nahdliyin* dan aktivis sosial-politik sejak remaja, pemimpin Muslimat NU, lama berkecimpung di dunia partai politik,

legislatif, hingga menteri. Sedangkan Emil, meski keturunan kiai NU dan anak menteri era SBY, namanya sayup-sayup dan hanya dikenal sebagai seorang Bupati Trenggalek lulusan doktoral luar negeri yang sukses dan memiliki istri seorang aktris di usianya yang masih sangat muda.

Karakteristik sosial tersebut kemudian diolah dengan sangat baik oleh tim pemenangan dengan mengetahui titik temu yang menjadi ikatan antara pemimpin politik (Khofifah dan Emil) dengan siapa orang-orang yang akan menjadi pengikut mereka, yakni: identitas. Pada Pilgub Jatim 2018, identitas yang dibawa oleh Khofifah adalah ke-‘NU’-annya, dan identitas yang dibawa oleh Emil adalah kemudaannya atau saat ini yang lebih sering disebut sebagai ‘milenial’. Kedua identitas tersebut, NU dan milenial, merupakan identitas sosio-kultural yang dimiliki oleh populasi dengan jumlah sangat besar di Jawa Timur yang juga aktif dalam menggunakan hak politiknya, sehingga menjadi target politik yang harus didekati karena dipastikan menyumbang suara dalam jumlah besar.

Menurut Castells dalam Buchari (2014), politik identitas merupakan partisipasi individual pada kehidupan sosial yang lebih ditentukan oleh budaya dan psikologis seseorang. Identitas merupakan proses konstruksi dasar dari budaya dan psikokultural dari seorang individu yang memberikan arti dan tujuan hidup dari individu tersebut, karena terbentuknya identitas adalah dari proses dialog internal dan interaksi sosial. Identitas tersebut seringkali berupa identitas sosio-kultural suatu kelompok masyarakat seperti etnis, suku, budaya, agama atau yang lainnya. Dalam kontestasi politik atau perebutan sumber-sumber kekuasaan, identitas tersebut dipolitisasi dengan tujuan untuk mendapat dukungan dari orang-

orang yang merasa ‘sama’ baik secara etnis, suku, budaya, agama, atau elemen perekat lainnya.

Klasik memang, namun peneliti menemukan bahwa Pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018 kemarin lagi-lagi, dan akan selalu, diwarnai secara dominan oleh NU. Kedua calon gubernur pada saat itu, Khofifah dan Gus Ipul, tak hanya seorang *nahdliyin* saja namun merupakan tokoh besar dalam NU yang kemudian membuat identitas NU menjadi sangat terasa di Pilgub Jatim 2018 kemarin. Keduanya juga memiliki mesin politik yang setia dan solid mendukung, Muslimat NU pada Khofifah dan GP Ansor pada Gus Ipul.

Fenomena-fenomena tersebut menunjukkan kuatnya politik identitas Islam, terkhusus NU, dalam perpolitikan Jawa Timur. Hal ini juga telah disepakati oleh Asep Saeful Muhtadi (2004) dalam buku Komunikasi Politik Nahdlatul Ulama: Pergulatan Pemikiran Politik Radikal dan Akomodatif, bahwa sejak masa kelahirannya di 1926, NU dan organisasi-organisasi massa keagamaan lainnya tak bisa melepaskan diri dan akan senantiasa terikat pada sistem politik nasional yang mengitarinya. Hal ini juga sesuai yang dinyatakan oleh Karim dalam Muhtadi bahwa NU sejak awal memang telah memiliki potensi politik yang tidak bisa dianggap kecil, karena sejak Indonesia belum merdeka di tahun 1939 pun NU sudah mulai terlibat dalam kancah politik praktis dengan bergabung dalam Majelis Islam A’la Indonesia (MIAI) untuk menentukan posisinya secara tegas terhadap penjajahan Belanda menjelang Perang Dunia II. Keterlibatan NU dalam pergulatan politik tersebut terutama dilandasi oleh satu keyakinan bahwa Islam memberikan jalan tersendiri bagi pemeluknya untuk ikut terlibat dalam kehidupan

politik, sehingga secara praktis diyakini pula bahwa berpolitik pada dasarnya merupakan salah satu perintah ajaran.

#### **b) Pesan Politik**

Persuasi politik dalam bentuk propaganda terdapat pada *jingle* Wis Wayahe dan fatwa yang membatasi pilihan berpolitik masyarakat beragama Islam. Selain itu, terdapat juga teknik propaganda *transfer* dengan membawa nama Soekarwo di dalam *jingle* Wis Wayahe. Persuasi politik dalam bentuk periklanan terdapat pada program-program yang dibawa untuk menggalang suara kelompok masyarakat sasaran kebijakan tersebut. Persuasi politik dalam bentuk retorika terdapat pada kepiawaian Khofifah-Emil berorasi pada Debat Publik Pilgub Jatim sesi I, II, dan III, sehingga sukses menampilkan citra diri yang intelek dan kapabel guna meraih suara pemilih rasional.

Dimulai dari *tagline* atau jargon yang diangkat, “*Wis Wayahe*” merupakan dialek Jawa Timuran yang dalam Bahasa Indonesia berarti “sudah waktunya” ini adalah *key message* yang berupaya ditonjolkan oleh tim pemenangan Khofifah-Emil di Pilgub Jatim 2018. Jargon tersebut digadang-gadang untuk memberikan gambaran historis, kepada seluruh masyarakat Jawa Timur yang mengetahui bahwa Khofifah telah kalah dua kali berturut-turut sebelumnya, serta untuk mengobarkan semangat kepada seluruh pendukungnya di Pilgub Jatim sejak 2008. “*Wis Wayahe*” adalah bentuk pencitraan kembali (*re-branding*) yang dilakukan oleh Khofifah, dengan tidak menutupi masa lalu namun menjawab semua keraguan bahwa seolah-olah memang sekarang adalah waktu yang telah ditakdirkan untuk memimpin Jawa Timur.

Dalam menggerakkan massa simpatisan Soekarwo, tidak hanya dengan Partai Demokrat memberikan himbauan lisan dan tertulis kepada simpatisan partainya saja, namun tim pemenangan juga berupaya memobilisasi simpatisan Soekarwo dengan yel-yel “*Wis Wayahe Ibu Khofifah*” tersebut. Terbukti dari penggalan liriknya “...*biyen Pakde (Soekarwo) saiki Bude (Khofifah), Pakde (Soekarwo) saiki ndukung Bude (Khofifah)*...” yang dalam Bahasa Indonesia berarti “dulu Soekarwo sekarang Khofifah, Soekarwo sekarang mendukung Khofifah”. Tak mau kalah dengan Gus Ipul-Puti yang membawa-bawa nama KH Mustofa Bisri dan Soekarno, bahkan Jokowi, dalam politik identitas mereka, Khofifah-Emil juga membawa-bawa nama Soekarwo. Penyebutan nama Soekarwo dalam yel-yel tersebut merupakan bentuk propaganda berjenis *transfer*, yakni dengan mengidentifikasi suatu maksud dengan lambang otoritas yang lebih besar yaitu sosok Soekarwo yang bisa menjadi kekuatan rujukan dari pesan propaganda yang dilancarkan. Renville Antonio menyatakan, hal tersebut ditujukan untuk meyakinkan publik bahwa Soekarwo, yang memiliki nama besar seorang *abangan* di Jawa Timur dan secara historis merupakan rival Khofifah, kini telah mendukungnya. Sehingga tak hanya untuk meyakinkan publik saja, menurut Ariady Kusuma, melainkan agar memobilisasi simpatisan Soekarwo yang begitu besar jumlahnya agar turut mendukung Khofifah.

### **c) Saluran Komunikasi Politik**

Dalam menggunakan saluran komunikasi interpersonal, tim pemenangan Khofifah-Emil diketahui menggunakan blusukan ke berbagai kelompok masyarakat, serta istighosah dan agenda harlah Muslimat untuk menguatkan suara

NU. Sementara itu kegiatan diskusi bersama anak muda dan membahas program Milenial Job Center diketahui dapat menguatkan suara pemuda milenial. Dalam menggunakan saluran komunikasi organisasi, tim pemenangan Khofifah-Emil lebih sering menggunakan WhatsApp karena percepatan informasi yang dimiliki juga menunjang kegiatan seperti rapat daring, memviralkan audio/visual atau isu tertentu, dan sebagainya. Dalam menggunakan saluran komunikasi massa, tim pemenangan Khofifah-Emil juga lebih banyak menggunakan sarana media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, hingga YouTube untuk meramaikan kolom *live chat* Debat Publik yang disediakan.

Ketika melakukan kampanye blusukan, Khofifah banyak menghadiri istighosah dan Harlah Muslimat NU yang meski sudah lewat Januari 2019 namun tetap diagendakan hingga akhir masa kampanye. Khofifah juga melakukan banyak kegiatan-kegiatan yang bersifat tradisi Islam nusantara yang berpaham *ahlusunnal wal jamaah* (aswaja) yang memang merupakan haluan dari NU dengan tata cara ibadah keagamaan para pengikut tradisionalis seperti membangun kuburan, berziarah, kepercayaan terhadap para wali, serta tata cara keagamaan lainnya yang bersumber pada ajaran mazhab Syafi'i yang dianut oleh banyak umat Islam di Indonesia (Muhtadi 2004).

Muhtadi juga menyebutkan, efektifitas komunikasi politik di lingkungan kaum *nahdliyin* memang selalu berkaitan dengan adanya kemasam agama dalam pesan-pesan yang disampaikannya. Agama secara tidak langsung menjadi wacana yang lebih memungkinkan sesuatu provokasi dapat mudah tersosialisasi, terutama pada masyarakat beragama yang masih didominasi oleh dimensi-dimensi

emosional, seperti pada tradisional, apa pun yang dapat menyentuh kesadaran religiusitas atau keyakinannya dapat mengubah keyakinan itu menjadi perilaku agresif. Oleh karena itu, perang wacana selama musim kampanye hampir selalu mengangkat tema-tema agama, seperti contohnya: *istighosah*, doa bersama, silaturahmi, jihad, dan bughat banyak digunakan oleh sejumlah elit politik NU yang juga menghiasi lembaran-lembaran media massa.

Gagasan ini muncul pertama kali ketika Gus Dur menggagas mengenai pentingnya “dialog nasional” untuk menyelesaikan krisis di majalah Tempo tahun 1998, yang ternyata mendapat respon serius dari tokoh NU pimpinan pesantren Tebuireng, KH Yusuf Hasyim, bahwa dialog itu lebih bermuatan politis, sehingga perlu menggantinya dengan istilah “silaturahmi nasional” meskipun substansi agendanya tetap sama. Istilah silaturahmi dianggap tidak menimbulkan kontroversi dan lebih bernuansa agama, telah menjadi tradisi mayoritas masyarakat Indonesia, dan merupakan diksi agamis yang bila dikomunikasikan akan mempermudah proses penerimaan pesan. Bersamaan dengan gagasan tersebut, muncul himbuan mengenai dilakukannya doa *istighosah*, sehingga ketika terdapat kegiatan-kegiatan *istighosah* yang dilakukan dalam kerangka politik, mudah dipahami jika hal tersebut seringkali diinterpretasikan sebagai kegiatan bermuatan politik ketimbang agama.

Istilah-istilah tersebut digunakan untuk memberikan kesan religius agar diperoleh suasana dialog antara elit politik dan elit agama dengan umat. Sehingga meskipun tema yang diangkat adalah persoalan politik yang sedang melilit kehidupan berbangsa dan bernegara, tetapi pesan-pesan agama dipandang tepat

dikedepankan karena massa yang menjadi sasaran utamanya adalah masyarakat beragama. Dalam kasus ini agama juga telah dijadikan saluran komunikasi politik di kalangan *nahdliyin* karena mereka memiliki rujukan (*frame of reference*) dan pengalaman (*field of experience*) yang relatif sama.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan temuan dan interpretasi data, ditemukan beberapa hal yang dapat menjadi kesimpulan, antara lain: tim pemenangan Khofifah-Emil menggunakan lembaga riset politik Poltracking yang terjamin akurasi survei serta konsultasinya guna menggarap segmen-segmen tertentu di Jawa Timur secara efektif dan efisien, alhasil pekerjaan yang dilakukan oleh tim pemenangan pun menjadi lebih mudah. Pada implementasi strategi, dapat disimpulkan juga melalui pernyataan narasumber serta rentetan peristiwa yang telah dibahas, strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh tim pemenangan Khofifah-Emil pada Pilgub 2018 adalah: relawan yang pergerakannya masif (*who*), menonjolkan intelektualitas dan kapabilitas kandidat (*what*), serta banyaknya kegiatan blusukan yang dilakukan Khofifah-Emil (*in which channel*). Ketiga strategi tersebut diperkirakan menjadi strategi yang efektif dan efisien dalam mendulang suara masyarakat Jawa Timur yang menurut Poltracking –sebagai lembaga riset politik yang menjadi acuan tim pemenangan– memiliki perilaku memilih rasional.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- McQuail, Dennis, and Sven Windahl. 1993. *Communication Models: for the Study of Mass Communication*. 2<sup>nd</sup> ed. New York: Longman.
- Subiakto, Henry, dan Rachmah Ida. 2012. *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Nimmo, Dan. Rakhmat, Jalaluddin (ed.). 2005. *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Geertz, Clifford. 1976. *The Religion of Java*. Chicago and London: The University of Chicago Press.
- Althusser, Louis. 2014. *On the Reproduction of Capitalism: Ideology and Ideological State Apparatuses*. London: Verso Books.
- Cangara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Pavlik, John Vernon. 1996. *New Media Technology and the Information Superhighway*. New York: Columbia University Press.
- Firmanzah. 2007. *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Venus, Antar. 2004. *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Wilson, H. T. 1985. *Political Management: Redefining the Public Sphere*.  
Berlin: W de Gruyter.
- Plano, Jack C. 1989. *Kamus Analisa Politik*. Jakarta: Rajawali Press.
- Gaffar, Afan. 1992. *Javanese Voters: A Case Study of Election Under a  
Hegemonic Party System*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Clausewitz, Carl von. 1976. *On War*. Princeton: Princeton University  
Press.
- Effendy, Onong Uchjana. 1984. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*.  
Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Bogdan, Robert, dan Steven Taylor. 1992. *Pengantar Metode Penelitian  
Kualitatif: Suatu Pendekatan Fenomenologis Terhadap Ilmu-Ilmu  
Sosial*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Nawawi, Hadari, dan Mimi Martini. 1994. *Penelitian Terapan*.  
Yogyakarta: Universitas Gajahmada.
- Hamidi. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan  
Proposal Dan Laporan Penelitian*. Malang: UMM Press
- Mulyana, Deddy. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja  
Rosdakarya.
- Salim, Agus. 2006. *Teori & Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta:  
Tiara.
- Muhtadi, Asep Saeful. 2004. *Komunikasi Politik Nahdlatul Ulama:  
Pergulatan Pemikiran Politik Radikal dan Akomodatif*. Jakarta:  
LP3ES.

- Heryanto, Gun Gun. 2018. *Media Komunikasi Politik: Relasi Kuasa Media di Panggung Politik*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Pawito. 2015. *Komunikasi Politik: Media Massa dan Kampanye Pemilihan*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Samah, Kristin dan Susanti, Fransisca Ria. 2014. *Berpolitik Tanpa Partai: Fenomena Relawan dalam Pilpres*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Buchari, Sri Astuti. 2014. *Kebangkitan Etnis Menuju Politik Identitas*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

## **Jurnal**

- Octorianty, Reni. 2015. Analisis Framing Terhadap Pemberitaan Pasangan Khofifah-Herman Dalam Pilgub Jawa Timur 2013. *Jurnal E-Komunikasi*, volume 3 no. 1. (Diakses dari <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/3835/3536>, pada 18 Maret 2018)
- Arianto, Bambang. 2014. Fenomena Relawan Politik dalam Kontestasi Presidensial 2014. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, volume 18 no. 2. (Diakses dari <https://journal.ugm.ac.id/jsp/article/view/13128>, pada 9 Mei 2019)
- Pribadi, Yanwar. 2013. Religious Networks in Madura: Pesantren, Nahdlatul Ulama, dan Kiai as the Core of Santri Culture. *Journal of Islamic Studies*, vol 51 no 1. (Diakses dari

<http://aljamiah.or.id/index.php/AJIS/article/view/151>, pada 11 Juli 2019)

Wilson, John. 2000. Volunteering. *Annual Review of Sociology*, vol 26. (Diakses dari <https://www.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev.soc.26.1.215?journalCode=soc>, pada 12 Juli 2019)

Ardha, Berliani. 2014. Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 di Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi*, vol 13 no 1. (Diakses dari <http://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/viskom/article/view/383>, pada 16 Juli 2019)

### **Thesis**

Kulvisaechana, Somboon. 2001. The Role of Communication Strategies in Change of Management Process. M.Phil in Management Studies, University of Cambridge. (Diakses dari [http://www.bus.tu.ac.th/usr/sab/Articles\\_pdf/MPhil\\_Thesis/MPhil\\_full\\_final\\_web.pdf](http://www.bus.tu.ac.th/usr/sab/Articles_pdf/MPhil_Thesis/MPhil_full_final_web.pdf), pada 11 April 2018)

### **Website**

Komisi Pemilihan Umum, “Pasangan Calon yang Sudah Ditentukan Status Penetapan”, diakses dari

<https://infopemilu.kpu.go.id/pilkada2018/paslon/tahapPenetapan>, pada 22 Maret 2018.

Indikator Politik Indonesia, “Rilis Survei Jawa Timur”, diakses dari <http://indikator.co.id/agenda/details/46/Rilis-Survei-Jawa-Timur>, pada 9 April 2018.

KedaiKOPI, “Survei Opini Publik Menjelang Pilkada Propinsi Jawa Timur”, diakses dari <http://www.kedaikopi.co/jatimfinal.pdf>, pada 9 April 2018.

Komisi Pemilihan Umum, “Peraturan Komisi Pemilihan Umum”, diakses dari <http://jdih.kpu.go.id/peraturan-kpu>, pada 6 Juni 2018.

Oxford Dictionary, “Post-Truth”, diakses dari <https://www.lexico.com/en/definition/post-truth>, pada tanggal 19 Juni 2019.

DPRD Provinsi Jawa Timur, “Fraksi”, diakses dari <http://dprd.jatimprov.go.id/fraksi>, pada tanggal 8 Oktober 2018

Khofifah Indar Parawansa, “Musisi Jalanan – Wis Wayahe Ibu Khofifah”, diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=HmfDlhm2lJs>, pada tanggal 9 Februari 2019.