

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Studi pada penelitian ini akan mendalami mengenai strategi komunikasi politik calon presiden dan calon wakil presiden dalam mengusung isu pada pemilihan presiden tahun 2024. Strategi politik, termasuk bagaimana membingkai permasalahan, membentuk tim pemenang, dan menggalang dukungan dari tokoh masyarakat dan basis massa tertentu, serta dari organisasi dan lingkungan sekitar, akan memainkan peran penting dalam proses persiapan pemilihan presiden pada tahun 2024. Strategi politik akan menyiapkan kampanye berdasarkan topik, gagasan abstrak, dan pembentukan badan relawan yang akan mengarahkan komunitas jauh ke desa-desa. Taktik politik juga akan memanfaatkan media untuk mencap politisi yang didukung oleh partai politik agar mereka mudah dikenali dan disukai masyarakat umum. Apa yang dimaksud dengan strategi dan bagaimana memenangkan hati masyarakat dengan menggunakan komunikasi politik. Berkaitan dengan tema dari pembahasan strategi pemenangan capres dan cawapres dalam lingkungan pesantren pada pemilihan presiden tahun 2024, maka dapat dimulai dengan pengertian dan definisi strategi politik.

Kata “strategis” berasal dari kata Yunani “*strategos*,” yang menggambarkan seorang panglima perang yang terampil. Ketentuan strategi, kata ini sering digunakan di militer, yang menunjukkan panglima perang yang ingin menang dalam pertempuran. Perencanaan keberhasilan tujuan dalam segala tindakan disebut strategi. Baik dalam kemenangan dalam kontes, perang, dan acara lainnya. Selanjutnya, seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan di bidang manajemen, istilah “strategis” digunakan secara luas baik di perusahaan komersial maupun nirlaba. Ini sering digunakan bersama dengan perencanaan strategis dan manajemen strategis. Perencanaan strategis diyakini sebagai desain sistemis dalam lingkungan perusahaan. Sementara itu, definisi yang berbeda berlaku untuk manajemen strategis. Definisi pertama manajemen strategis adalah suatu proses atau serangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang mendasar dan komprehensif, beserta penentuan bagaimana cara mempraktekannya. Manajemen puncak menciptakan keputusan-keputusan tersebut, yang kemudian

dilaksanakan oleh seluruh tingkatan organisasi untuk mencapai tujuan perusahaan.

Konsep yang diberikan di atas dapat didefinisikan secara menyeluruh dalam istilah manajemen strategis, yaitu proses pengambilan keputusan, dan strategi, yaitu tindakan pengambilan keputusan yang mendasar dan menyeluruh. Ketiga, strategi melibatkan pengambilan keputusan oleh pimpinan senior, karena mereka pada akhirnya bertanggung jawab atas keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Keempat, strategi adalah mempraktikkan keputusan sebagai rencana organisasi untuk mencapai tujuan yang dilaksanakan di seluruh tingkat organisasi. Kelima, strategi merupakan suatu keputusan yang perlu dilaksanakan oleh seluruh tingkatan organisasi melalui kegiatan atau pelaksanaan kerja yang terarah. Firmanzah mencantumkan segmentasi, penargetan, dan positioning sebagai strategi pemasaran politik. Hal ini dilakukan melalui penggunaan politik segmentasi yang memudahkan analisis perilaku masyarakat baik oleh partai politik maupun individu, mengingat masyarakat terdiri dari berbagai kelompok dengan latar belakang dan karakteristik yang berbeda-beda.¹

Untuk mendekatkan para kandidat pasangan calon presiden dan wakil presiden ke konstituen dibutuhkan strategi dan marketing politik yang komprehensif. Tujuan dari marketing politik adalah untuk memperkenalkan sosok atau pasangan calon yang di usung sehingga dapat meyakinkan konstituen bahwa pasangan calon yang diusung lebih kompetitif dan berkualitas, sehingga dapat menarik hati para konstituensi. Sebaliknya, pemasaran politik didefinisikan sebagai bagian dari kebijakan komunikasi pemasaran yang menggunakan strategi pemasaran komersial untuk mendukung kandidat atau tujuan politik dengan tujuan mempengaruhi perilaku pemilih melalui propaganda. Hukum kausalitas, atau tindakan reaksi terhadap suatu pesan dari pengirim pesan (komunikator) oleh penerima pesan (komunikasi), kita ketahui dalam konteks pemasaran politik dan etika komunikasi politik. Dalam komunikasi politik, hukum ini harus tercermin dalam tahapan-tahapan komunikasi yang meliputi komunikator, pesan, saluran, komunikasi, efek, umpan balik, dan *noise* (gangguan). Ide di balik pemasaran politik adalah dengan menggunakan kampanye, inisiatif pembangunan ekonomi, atau layanan sosial yang dipasarkan sepanjang proses untuk membantu kandidat atau partai politik

¹ Firmansyah, *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*, Yayasan Pustaka Obor (2006)

berhasil dalam semua upaya politik mereka. Tema, permasalahan, ide, dan pesan merupakan bagian dari pemasaran politik calon presiden. Tujuannya adalah untuk memastikan platform politik menarik dan mampu mempengaruhi pemilih dan anggota masyarakat di lembaga dan organisasi.

Perlu kita ketahui bahwa pemenangan pemilihan presiden dan wakil presiden pada tahun ini yang sedang hangat-hangatnya yaitu mengenai berbagai isu pesantren sebagai strategi pemenangan presiden dan wakil presiden pada saat ini. Indonesia sebagai negara yang mayoritas masyarakatnya beragama islam mungkin menjadikan salah satu alasan mengapa para kandidat pasangan calon presiden dan wakil presiden tahun ini sering berkunjung atau bersilaturahmi ke pesantren-pesantren yang tersebar di Indonesia. Hal itu dapat mempererat hubungan antara pasangan calon dengan para kiai. Berkaitan dengan kiai dan politik, Kiai adalah individu politik dan agama yang telah unggul dalam kedua peran tersebut dari masa lalu hingga saat ini. Saat ini, kiai memainkan peran penting dalam kehidupan masyarakat dan banyak dimanfaatkan dalam politik Indonesia. Banyak kandidat pasangan calon yang meminta izin dan restu kepada kiai untuk berpartisipasi dalam kampanye politik karena mereka menganggap kiai dapat menawarkan solusi terbaik terhadap permasalahan yang muncul dalam kehidupan masyarakat sehari-hari.²

Turmudi menyebutkan ada empat jenis kiai: kiai tarekat, kiai politik, kiai panggung, dan kiai pesantren. Kiai yang menyebarkan dan mengembangkan Islam melalui kegiatan dakwah. Kiai ini terbagi menjadi Kiai politik dan kiai panggung. Dalam penelitian ini, Kiai politik, atau lebih tepatnya kiai kategori campuran, adalah mereka yang bisa terjun ke dunia politik. Ia menyinggung para kiai yang khawatir dengan perkembangan politik ajaran Nahdhotul Ulama. Dalam kurun waktu yang lama, Perkembangan Nahdhotul Ulama diawasi oleh tipe kiai tertentu yang tidak memiliki pengikut dibandingkan dengan kiai lainnya. Santri dan kiai merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan; kiai ada karena kehadiran santri dan sebaliknya. Namun para politisi aktif menysar wilayah antara Kiai dan Santri dalam upaya membangun landasan dukungan politik.³

² M. Moesa. *Nasionalisme Kiai: Konstruksi Sosial Berbasis Agama*. LKIS Pelangi Aksara (2007)

³ Fitria Barokah, *Mistisme Politik: Eksistensi Magis dalam Perpolitikan Indonesia*. Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan, Maret 2023

Setiap Pemilu, partai politik yang berbasis Islam maupun yang berbasis Islam selalu berebut suara kiai dan santri. Banyak partai politik memasukkan kiai dan tokoh pesantren ke dalam barisan mereka sebagai pengurus partai dalam upaya untuk memenangkan hati umat Islam yang merupakan pendukung setia gerakan tersebut dengan harapan dapat mengumpulkan suara untuk mereka selama pemilu.⁴ Indikator partisipasi santri dalam pemilihan umum ataupun pemilihan kepala daerah pada masa kontestasi politik. Dalam pemilihan presiden, pasangan calon selalu memperhatikan daerah pesantren, dan pentingnya kiai dan santri dalam kehidupan bermasyarakat. Akibatnya, pesantren selalu terjerat dalam agenda politik yang saling bertentangan. Untuk mendapatkan dukungan politik, banyak kelompok politik dan individu sering melakukan kunjungan atau bersilaturahmi ke pesantren terkemuka di seluruh negeri.⁵

Alasan penulis mengambil penelitian yang berjudul *Strategi Komunikasi Politik Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Dalam Mengusung Isu Pesantren Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024*, adalah sebagai berikut *pertama*, Seringkali para kandidat calon presiden dan calon wakil presiden dalam mengunjungi pondok pesantren dengan tujuan bersilaturahmi. Dibalik kunjungan tersebut, ada maksud dan tujuan yang lain selain dari bersilaturahmi, salah satunya adalah berkampanye.⁶ *Kedua*, negara Indonesia merupakan salah satu negara yang mayoritas penduduknya memeluk agama islam. Maka dari itu, kemungkinan besar dari para pasangan calon melakukan pendekatan-pendekatan kepada orang-orang muslim dan para pemuka agama, salah satu lingkungan yang kental akan ajaran agama islam yaitu di pesantren.⁷ *Ketiga*, ketika menjelang terlaksananya pemilu kenapa dari berbagai pasangan calon baru memulai melakukan kunjungan-kunjungan ke pesantren dengan tanda kutip melakukan silaturahmi kepada para kiai, mengapa hal tersebut hanya terjadi ketika menjelang pemilu saja, kenapa kok tidak pada saat waktu-waktu yang biasa karena silaturahmi juga boleh dilaksanakan kapan

⁴ Fermadi, *Transformasi Santri Pasca 1965*. Telaah perkembangan budaya, agama, dan politik santri (Kediri, Jawa Timur, 2020)

⁵ Nugroho, Hanifiya “*Studi pada Ritual Ngalab Berkah*”,. Jurnal studi agama-agama ritual mistis di dunia politik (2020).

⁶ Hasil observasi awal peneliti, Maret 2023

⁷ <https://kemenag.go.id/opini/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar-03w0yt>

saja waktunya, apakah dalam hal tersebut hanya untuk strategi dari para pasangan calon untuk memasarkan marketing politiknya.⁸

Dari penjabaran diatas dapat kita ketahui bahwa melihat dari berbagai cara berkampanye atau bagaimana strategi pagi para pasangan calon untuk dapat memaksimalkan marketing politiknya salah satunya melalui lingkungan di pesantren. Oleh sebab itu lingkungan pesantren mempunyai pengaruh yang cukup besar untuk dapat memaksimalkan kemenangan bagi para pasangan calon. Berdasarkan dari penjelasan yang telah dipaparkan diatas, maka dalam penelitian ini berupaya memahami tentang bagaimana **“Strategi Komunikasi Politik Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Dalam Mengusung Isu Pesantren Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan dari tema yang diangkat oleh penulis mengenai tentang “ Strategi Pemenangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Dalam Mengusung Isu Pesantren Pada Pemilihan Presiden tahun 2024”. Maka focus penelitian ini mengenai Strategi pemenangan dari para paslon terkhusus di lingkungan pesantren. Oleh karena itu dibutuhkan beberapa strategi marketing politik atau berkampanye di lingkungan pesantren.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi komunikasi politik calon presiden dan calon wakil presiden dalam mengusung isu pesantren pada pemilihan presiden tahun 2024?
2. Mengapa dalam pemengangan calon presiden dan calon wakil presiden pada pemilihan presiden tahun 2024 mengusung isu pesantren?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, maka dapat diketahui bahwa tujuan yang dapat dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

⁸ Khoiruddin, “*Politik Kiai*”, hlm. 144

1. Untuk dapat mengetahui strategi komunikasi politik calon presiden dan calon wakil presiden dalam mengusung isu pesantren pada pemilihan presiden tahun 2024.
2. Untuk dapat mengetahui apa alasan dalam mengusung isu pesantren dengan tujuan kemenangan calon presiden dan calon wakil presiden pada pemilihan presiden tahun 2024.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan temuan dari penelitian ini, diharapkan agar mempunyai manfaat, baik itu secara teoritis ataupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat secara teoritis

Temuan penelitian ini diharapkan memberikan wawasan tentang bagaimana strategi dari para paslon untuk dapat memenangkan pilpres pada tahun 2024 dalam mengusung isu pesantren. Serta dalam penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat yang baik untuk semua masyarakat umum.
2. Manfaat secara praktis
 - a. Bagi Masyarakat, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan Pengetahuan wawasan kepada masyarakat tentang bagaimana strategi kemenangan Capres dan Cawapres dalam mengusung isu pesantren pada pilpres 2024.
 - b. Bagi penulis, Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah alat yang bermanfaat dalam upaya meningkatkan kemampuan peneliti dalam mengembangkan ilmu serta dapat menjadi sarana dalam pengimplementasian pengetahuan peneliti mengenai kemenangan Capres dan Cawapres dalam mengusung isu pesantren.
 - c. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadikan sebuah referensi keperpustakaan serta dapat menambah informasi bagi peneliti lain.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dan mendapatkan gambaran penyusunan yang utuh dan menyeluruh dalam penulisan skripsi ini. Penelitian deskriptif ini dipisahkan menjadi lima bagian yang saling berhubungan dengan tujuan eksplorasi. Dalam penelitian ini, sistematika penulisan proposal yang disusun oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Bagian awal ini terdiri dari : halaman judul, lembar pengesahan, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, motto, persembahan, kata pengantar, dan daftar isi.

2. Bagian Isi

Bagian isi ini terbagi menjadi lima bab yang saling berhubungan karena menjadi satu kesatuan yang utuh, meliputi:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang pendahuluan yang didalamnya berisi latar belakang masalah, focus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang deskripsi teori yang relevan dengan permasalahan yang sedang dikaji, kajian teori, penelitian sebelumnya, dan kerangka berpikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang metode penelitian yang berisi tentang pendekatan penelitian, setting penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang hasil dari penelitian dan juga pembahasan serta berisi tentang gambaran umum objek penelitian, deskripsi data penelitian, dan analisis data penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini membahas tentang kesimpulan mengenai hasil yang telah didapat dari penelitian dan juga saran yang ditujukan bagi beberapa pihak terkait.

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini terdiri dari: Daftar pustaka dan lampiran-lampiran. Dalam lampiran tersusun dari transkrip wawancara dan dokumentasi foto.