

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian

H. Nur Yasin lahir di Jember, 07 Agustus 1954; umur 65 tahun, lebih dikenal sebagai seorang pengusaha dibandingkan politisi. Namun, melalui bidang usaha yang digelutinya menjadikannya sangat memahami seluk beluk politik di pemerintahan khususnya soal perencanaan dan anggaran. Hal ini tidak lain disebabkan karena pekerjaan sehari-hari H. Nur Yasin yang menjabat sebagai Presiden Direktur Kogas SA yang berlokasi di Jakarta. Kogas SA merupakan sebuah perusahaan konsultan di Indonesia yang sering menjadi mitra pemerintah dalam berbagai proyek. Bidang usaha yang digelutinya sejak tahun 1984 tersebut menjadikannya sebagai orang yang memiliki relasi luas di kalangan birokrasi.



Gambar 4.1. Kampanye Politik H. Nur Yasin di Media Sosial

(Sumber: <https://web.facebook.com/nuryasin164>, diakses 9 Mei 2022)

Selain itu, H. Nur Yasin juga aktif dalam berbagai kegiatan keorganisasian. Ia juga pernah menjabat sebagai Ketua DPP INKINDO (Ikatan Nasional Konsultan Indonesia) mulai tahun 1996 hingga tahun 2007. Prestasi itu dilanjutkannya dengan kembali dipilihnya dia menjadi Ketua DPP Kamar Dagang Indonesia periode tahun 2002.

Di kegiatan politik, H. Nur Yasin merupakan salah seorang kader PKB yang aktif. H. Nur Yasin termasuk anggota Tim Ekonomi DPP PKB. Di dalam tim itu H. Nur Yasin mempunyai andil untuk merumuskan dasar-dasar perjuangan ekonomi Partai Kebangkitan Bangsa pada pemilihan umum tahun 2009 yang lalu. H. Nur Yasin juga dipercaya menjadi Ketua Badan Regulasi Hijau (BPRH) Fraksi PKB di DPR RI. Badan ini merupakan sebuah badan di bawah naungan Fraksi PKB yang khusus bertugas untuk mengkaji kebijakan-kebijakan pemerintah SBY di bidang lingkungan hidup.

H. Nur Yasin sekarang aktif di Komisi VII DPR RI yang membidangi Energi Sumber Daya Mineral, riset dan teknologi, lingkungan hidup. Sebagai bagian dari anggota partai koalisi pemerintahan SBY, menuntut H. Nur Yasin untuk aktif terlibat dalam mendukung dan mengawasi program pemerintah khususnya di bidang energi dan lingkungan hidup. H. Nur Yasin termasuk salah satu sosok yang gencar mengkampanyekan isu-isu terkait penggunaan bahan bakar kendaraan bermotor di Indonesia.

B. Hasil Penelitian

1. Tahap 1: Merawat Ketokohan dan Kemantapan Kelembagaannya

Salah satu strategi komunikasi politik Tim Relawan H. Nur Yasin yaitu merawat ketokohan dan memantapkan kelembagaan. Artinya, ketokohan H. Nur Yasin dalam masyarakat akan memiliki pengaruh tersendiri dalam berkomunikasi politik. Selain itu, juga diperlukan kemampuan dan dukungan lembaga dalam menyusun pesan politik, menetapkan metode, dan memilih media politik yang tepat.

Ketokohan adalah orang yang memiliki kredibilitas, daya tarik, dan kekuasaan atau sering disebut dengan ethos. Dengan kata lain ketokohan adalah ethos, yaitu gabungan antara kredibilitas, atraksi dan kekuasaan. Dimensi ethos yang paling relevan disini ialah kredibilitas, yaitu keahlian komunikator (pemimpin) atau kepercayaan publik kepada tokoh tersebut. Menurut Sigit Setyawan (Koordinator Tim Relawan) H. Nur Yasin memiliki tiga hal yang tersebut, yaitu kredibilitas, relasi, dan kekuasaan. Maka ketokohnya dapat disebut juga sebagai tokoh utama pemimpin politik.

“Pak Nur Yasin kenapa bisa kepilih menjadi anggota dewan, karena dari sisi ketokohan, Pak Nur Yasin kredibel, iya punya kredibilitas. Siapa kan yang gak tahu sama bapak, apalagi sebagai pengusaha beliau punya relasi dan kekuasaan. Khalayak bisa nilai kapasitas dan rekam jejak pak Nur Yasin.” (Wawancara dengan Sigit Setyawan, Koordinator Tim Relawan H. Nur Yasin, 19 Mei 2022)

Khalayak atau pemberi suara dalam pemilihan umum cenderung menjatuhkan pilihannya kepada kepahlawan politik, yaitu kandidat yang sesuai

dengan citra jabatan ideal baginya. Citra jabatan ideal yang dimaksud itu adalah politikus yang memiliki ketokohan, karena mempunyai sifat-sifat utama seperti kecakapan, kedewasaan, kejujuran, keberanian, dan sebagainya. Hal ini merupakan sifat-sifat kepahlawanan politik. Dan ini menurut Sigit Setyawan ada pada diri H. Nur Yasin.

Setiap calon anggota dewan memiliki alasan ataupun motivasi tersendiri ketika mereka mencalonkan diri. Alasan ataupun motivasi tersebut merupakan salah satu alternatif untuk menarik perhatian dari khalayak pemilih. Karena dari sinilah khalayak pemilih dapat menilai apa sebenarnya yang melatarbelakangi untuk mencalonkan diri sebagai anggota dewan. Berikut adalah wawancara dengan H. Nur Yasin berkaitan dengan alasan atau motivasinya mencalonkan diri sebagai anggota DPR RI:

“Alasan saya maju menjadi anggota DPR RI yakni ingin membantu masyarakat untuk menyalurkan segala aspirasi mereka, dan ingin melihat masyarakat Jawa Timur khususnya Kabupaten Jember dan Kabupaten Lumajang lebih sejahtera, saya ingin Bersama-sama memperjuangkan hak rakyat yang ada” (Wawancara dengan H. Nur Yasin, 22 Juni 2022).

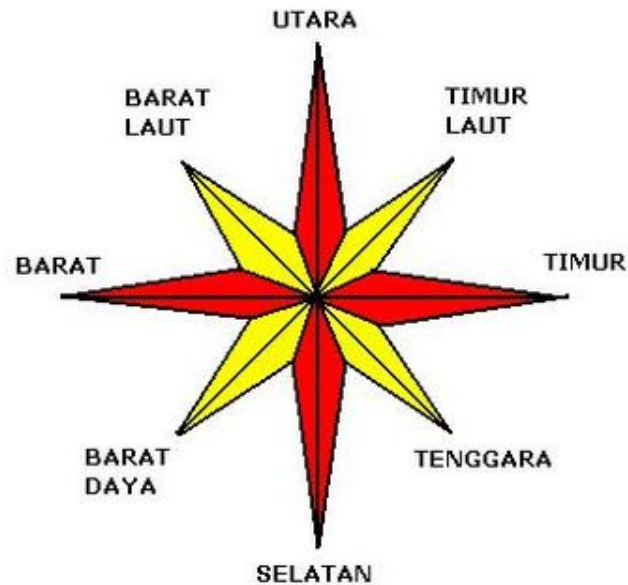
Dengan motivasi tersebut, Ir. H. Nur Yasin memiliki daya tarik tersendiri, yang dalam proses komunikasi politik untuk mempengaruhi khalayak, terutama calon pemilih H. Nur Yasin yang disebut sebagai pahlawan politik pada dasarnya adalah pemimpin formal atau informal, yang mendapat kepercayaan dari publik atau khalayak.

H. Nur Yasin memiliki strategi efektif yang diaplikasikan kepada tim pemenangannya dan tim relawannya untuk meraih suara khalayak pemilih. Menurut Sigit Setyawan strategi politik yang digunakan adalah strategi pagar besi. Berikut merupakan pendapat menurut Sigit Setyawan:

“Waktu kampanye kemarin, tim relawan dan tim pemenangan punya strategi politik yang diarahkan oleh bapak Nur Yasin. Strateginya Namanya strategi pagar besi. Jadi kita menentukan 8 titik berdasarkan mata angin. Jadi ketika ada calon lain misal di utara, ada nama pak Nur Yasin disana, mereka tidak jadi masuk. Terus di selatan ada yang masuk calon lain, tapi karena di selatan ada nama bapak lagi mereka akhirnya tidak jadi masuk, begitupun juga seterusnya, timur, barat, tenggara, barat daya, barat laut, dan timur laut. Semua wilayah seakan-akan ada nama bapak Nur Yasin semua. Kenapa bisa begitu? Karena dari 8 titik ini yang loyalis memiliki 8 titik orang kepercayaan lagi, begitupun seterusnya. Hingga akhirnya banyak titik. Disini komunikasi politik berperan untuk distribusi pesan ke khalayak pemilih.” (Wawancara dengan Sigit Setyawan Koordinator Tim Relawan Ir. H. Nur Yasin 19 Mei 2022)

Senada dengan Sigit Setyawan, Ketua tim pemenangan, H. Muhlasin menilai strategi pagar besi yang di sampaikan H. Nur Yasin adalah strategi yang efektif, karena menurutnya tidak perlu mengeluarkan dana besar untuk berkampanye, tetapi menciptakan kebersamaan dengan khalayak pemilihnya dengan cara strategi politik pagar besi tersebut. (Wawancara dengan H. Muhlasin, Ketua Tim Pemenangan H. Nur Yasin, 22 Mei 2022).

Gambar 4.2. Gambar Pola Strategi Pagar Besi Mengikuti 8 Arah Mata Angin



Sumber : Wawancara dengan Sigit Setyawan Koordinator Tim Relawan
H. Nur Yasin, 19 Mei 2022

Setelah membuat strategi politik pagar besi tersebut, H. Nur Yasin juga membentuk Tim pemenangan dan Tim Relawan. Tim pemenangan diketuai oleh H. Muhlasin dan Koordinator Relawan diketuai oleh Sigit Setyawan. Tim ini memiliki peranan untuk merancang, melaksanakan, dan mengawasi jalannya kampanye politik tersebut. Merancang sebuah proses kampanye politik dilakukan secara matang, artinya tahapan-tahapan kampanye politik tersebut harus sesuai dengan tujuan-tujuan yang ingin dicapai. Sehingga dalam pelaksanaan kampanye politik tersebut, dapat terstruktur dengan baik dan dapat dipahami oleh masyarakat. Tim ini memilih orang-orang yang dapat memahami dan menguasai perencanaan dan penggunaan media komunikasi karena komunikator menjadi sumber dan kendali semua aktivitas komunikasi. Oleh karena itu, jika suatu proses kampanye tidak

berhasil dengan baik, kesalahan utama bersumber dari komunikator (juru kampanye). Sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting dikarenakan komunikasi politik yang dijalankan oleh juru kampanye merupakan sebuah fondasi dalam menjalankan strategi kampanye.

Tim ini mengemas pesan yang kemudian didistribusikan kepada khalayak. Adapun yang diperhatikan dalam pengemasan pesan tersebut, seperti yang dijelaskan oleh Sigit Setyawan sebagai berikut:

“Pesan politik itu mas, harus memperhatikan beberapa point. Point pertama yaitu pesan harus dapat meningkatkan perhatian (*Attention*), kedua, pesan harus mempertahankan minat (*Interest*), ketiga pesan harus membangkitkan hasrat (*Desire*), dan dan terakhir pesan tersebut meraih tindakan (*Action*) Agar sebuah pesan tersebut berhasil sesuai dengan tujuan komunikator.” (Wawancara dengan Sigit Setyawan Koordinator Tim Relawan Ir. H. Nur Yasin, 19 Mei 2022).

Mengemas pesan merupakan hal yang penting untuk memperkuat *skill* dan cara komunikasi H. Nur Yasin. Kesuksesan terjadi ketika sebuah gagasan, informasi dan emosi dapat dikomunikasikan dengan baik kepada khalayak pemilih. Bagaimana sebuah pesan tersebut disampaikan, apakah disampaikan secara jelas, singkat, akurat, dan kredibel dalam berbagai gaya menjadi pertimbangan pribadi dari komunikator untuk memperkenalkan calon legislatif.

Dalam pengemasan pesan pun, menurut H. Muhlasin diperlukan pembentukan citra yang kemudian diminati oleh khalayak pemilih. Seperti gestur Pak H. Nur Yasin yang harus memperlihatkan kewibawaan dan seperti pahlawan

politik dalam penyampaian pesannya. Cara bicaranya pun harus santun dan bertata bahasa yang baik.

Sebagai komunikator politik, H. Nur Yasin memiliki wawasan dan pengetahuan yang luas. Menurut M. Ayub Junaidi, Ketua DPC PKB Jember, H. Nur Yasin sebagai komunikator politik mengerti tentang substansi pesan politik yang di sampaikan dan H. Nur Yasin juga memahami target khalayak yang menerima pesan. (Wawancara dengan M. Ayub Junaidi, Ketua DPC PKB Jember 25 Mei 2022)

Sebagai calon anggota legislatif, menurut Anang Ahmad Syaifudin (Ketua DPC PKB Lumajang), H. Nur Yasin memiliki *Attitude* yang baik, dalam menilai suatu objek atau subjek pun terbilang baik. Dari *Social and cultural system*, H. Nur Yasin beradaptasi dengan sistem sosial budaya yang ada di daerah pemilihannya terbilang sangat baik. (Wawancara dengan Anang Ahmad Syaifudin, Ketua DPC PKB Lumajang 26 Mei 2022)

Dalam menilai keterkaitan antara kemantapan lembaga merawat tokoh, Bawono Kumoro, Peneliti lembaga survei Indikator Politik Indonesia berpendapat bahwa:

“Menurut saya, apa yang dilakukan Pak Nur Yasin dan Tim sudah bagus, buktinya menang kan? Apalagi dengan strategi komunikasi politiknya yang sangat sederhana mas. Memantapkan kelembagaan menurut saya upaya yang mungkin dilakukan juga oleh banyak calon juga mas. Hal ini sangat penting sebagai faktor yang mendasar dalam komunikasi politik, terutama yang berkaitan dengan kampanye dan dukungan elektoral dari khalayak pemilih. Lembaga juga memiliki karakteristik seperti manusia yang meliputi eksistensi, kepribadian dan aktivitas. Ketokohan pak Nur Yasin meningkat jika saat beliau masuk

ke PKB. Memantapkan kelembagaan dan merawat ketokohan adalah keterkaitan yang tidak bisa dipisahkan karena saling berhubungan erat.” (Wawancara dengan Bawono Kumoro, Peneliti lembaga survei Indikator Politik Indonesia 3 Juni 2022).

Lembaga dan tokoh politik adalah dua hal yang berjalan beriringan karena saling membutuhkan. Begitu juga hal yang dilakukan PKB untuk memantapkan kelembagaan dengan meningkatkan kemampuan-kemampuan ketua DPC bahkan para kader sehingga PKB dapat dikenal oleh masyarakat luas serta peduli kepada masyarakat dan berkontribusi.

2. Nur Yasin Menciptakan Kebersamaan Dengan Khalayak

Langkah strategi komunikasi politik berikutnya yang dilakukan H. Nur Yasin dan tim pemenangan untuk mencapai tujuan komunikasi politik adalah menciptakan kebersamaan antara H. Nur Yasin. dengan khalayak pemilih dengan cara mengenal khalayak dan menyusun pesan yang *homofilis*. Hal itu dibutuhkan agar H. Nur Yasin dapat melakukan empati. Komunikasi akan lebih efektif pada kondisi *homofili* daripada *heterofili*. Suasana *homofili* yang diciptakan adalah persamaan bahasa (simbol komunikasi), persamaan busana, persamaan kepentingan dengan khalayak, terutama mengenai pesan politik, metode, dan media politik. Namun, yang sangat penting adalah siapa tokoh yang melakukan komunikasi kepada khalayak. Artinya, H. Nur Yasin atau aktivis telah memiliki banyak persamaan dengan khalayaknya. Berkaitan dengan kondisi *homofili* ini, Sigit Setyawan menjelaskan:

“Bapak Nur Yasin itu asli orang Jember, Jawa Timur. Pasti banyak kesamaannya sama khalayak pemilih di daerah pemilihannya, Kabupaten Jember dan Lumajang. Bahasa sama, makanan sama, pakaian sama. Jadi kebersamaan itu yang membuat khalayak pemilih memilih pak Nur Yasin.” (Wawancara dengan Sigit Setyawan Koordinator Tim Relawan H. Nur Yasin, 19 Mei 2022)

Pendapat H. Muhlasin mengenai hal tersebut di atas pun senada dengan Sigit

Setyawan:

“Pak Nur Yasin sangat mengenali, memahami, mengetahui kebutuhan dan motivasi khalayak pemilihnya karena Pak Nur Yasin asli dari daerah pemilihannya, yaitu Kabupaten Jember. Para pemilih memberikan suaranya kepada pak Nur Yasin karena sama satu daerah. Dalam memahami khalayak cara yang dilakukan Pak Nur Yasin dan TIM adalah melakukan silaturahmi, setiap Tim mengunjungi 50 rumah sebelum masa kampanye atau dilakukan jauh-jauh hari, bermasyarakat di mesjid, musholla, gotong royong, menyampaikan pesan-pesan politik dari komunikator“. (Wawancara dengan H. Muhlasin Ketua Tim Pemenangan H. Nur Yasin, 22 Mei 2022).

Homofili merupakan salah satu syarat membangun dan merawat ketokohan bagi H. Nur Yasin aktivis dan profesional sebagai komunikator politik. Untuk menciptakan *homofili* dan melakukan empati melalui persamaan kepentingan tersebut, H. Nur Yasin sangat mengenal, mengerti dan memahami daya tangkal dan daya serap khalayak, baik bersifat psikologis maupun bersifat sosio-budaya. Hal ini memerlukan berbagai aktivitas seperti penjajakan dan survey penelitian.

Jika dilihat dari paradigma khalayak aktif di negara demokrasi, sebenarnya khalayaklah yang menentukan pesan politik yang harus disampaikan oleh para politikus dalam kampanye politiknya, baik dalam menggunakan retorika politik (pidato) maupun melalui media politik, pesan politik disusun setelah mengetahui

kondisi masyarakat. Pesan politik adalah pesan yang dapat menimbulkan perhatian, pesan yang mudah diperoleh dan karena itu perbedaannya harus mencolok dengan pesan-pesan yang lain.

Dalam menyusun pesan persuasif upaya yang dilakukan oleh H. Nur Yasin dan Tim adalah menyampaikan pesan-pesan umum dengan memperhatikan 4 point, yaitu Point pertama yaitu pesan harus dapat meningkatkan perhatian (*Attention*), kedua; pesan harus mempertahankan minat (*Interest*), ketiga; pesan harus membangkitkan hasrat (*Desire*), dan dan terakhir pesan tersebut meraih tindakan (*Action*) Agar sebuah pesan tersebut berhasil sesuai dengan tujuan komunikator.

Dalam menetapkan metode strategi komunikasi politik menurut Sigit Setyawan, tim pemenangan H. Nur Yasin menggunakan metode *educative* sebagai salah satu usaha untuk mempengaruhi khalayak pemilihnya dari suatu pernyataan yang dilontarkan, yang dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang berisi pendapat, fakta dan pengalaman. Sehingga dari fakta dan pengalaman-pengalaman tersebut bisa merangkul orang-orang terdekatnya untuk memilih H. Nur Yasin.

Dalam Memilah dan Memilih Media H. Nur Yasin dan Tim memiliki kriteria. Media yang merupakan perantara ataupun perpanjangan indera manusia diperlukan jika hanya untuk komunikasi jarak jauh, sedangkan untuk komunikasi jarak dekat atau tatap muka tentu media sangat jarang diperlukan. Untuk berkomunikasi jarak jauh dengan khalayak pemilih yang banyak, menurut Sigit Setyawan diperlukan media yang bisa menghilangkan jarak tersebut, bisa media komunikasi yang memiliki akses ke internet. Dalam komunikasi politik, seluruh

media dapat dipergunakan karena tujuannya adalah untuk membentuk dan membina pendapat umum, serta mempengaruhi khalayak pemilih dalam pemilu.

Menurut H. Muhlasin selama berkampanye dan sosialisasi untuk meningkatkan perolehan suara H. Nur Yasin pada pemilu tahun 2019 yaitu semua media digunakan seperti media cetak, yaitu; baliho, pamflet, brosur, koran dan spanduk, kemudian media internet, yaitu jejaring media sosial seperti facebook, twitter dan instagram. Hal ini dilakukan agar masyarakat dapat mengenal H. Nur Yasin yang merupakan putera daerah yang mewakili aspirasi rakyat dan memperjuangkan kehidupan mereka.

Dalam menanggapi apa yang dilakukan H. Nur Yasin dan tim dalam menciptakan kebersamaan dengan khalayak pemilih, Bawono Kumoro, menilai bahwa:

“Cara Pak Nur Yasin dan Tim dalam menciptakan kebersamaan dengan konstituen sudah benar, apalagi pak Nur Yasin orang asli Jember, jadi membangun emosi dengan khalayak pemilih lebih mudah. Dalam melihat calon pemilihpun tidak perlu meraba lagi. Karena sudah ngelotok. Sudah tahu betul tentang kondisinya. Dalam menyusun pesan persuasive juga sepertinya dia tidak jauh dari 4 point itu. Dalam menentukan media juga terukur semuanya sudah baik direncanakan oleh Bapak H. Nur Yasin dan Tim.” (Wawancara dengan Bawono Kumoro, Peneliti lembaga survei Indikator Politik Indonesia 3 Juni 2022)

Menciptakan kebersamaan merupakan elemen yang penting dalam sebuah strategi komunikasi politik. Untuk menciptakan kebersamaan antara politikus dan khalayak adalah dengan cara mengenal khalayak dan menyusun pesan yang homofili sehingga khalayak pemilih lebih mudah memilih karena lebih dekat

karena penciptaan kebersamaan tersebut. Kemudian juga suasana *homofili* yang tercipta menjadi sebuah simbol komunikasi yang merupakan simbol komunikasi.

3. Nur Yasin Membangun Konsensus

Dalam membangun konsensus seorang politikus atau aktivis harus memiliki kemampuan berkompromi, yaitu merupakan suatu seni tersendiri. Dalam wawancara dengan H. Muhlasin menjelaskan:

“Bapak Nur Yasin memiliki seni berkompromi ketika terjadi berbagai terjadi konflik, perbedaan pendapat, pandangan. Pak Nur Yasin selalu membuka perundingan untuk menapai kata mufakat. Pak Nur Yasin selalu membuka jalan musyawarah atau disebut syuro, sehingga dapat memecahkan konflik dan menemukan solusi. “ (Wawancara dengan H. Muhlasin Ketua Tim Pemenangan H. Nur Yasin, 22 Mei 2022)

Sejalan dengan H. Muhlasin, Sigit Setyawan berpendapat bahwa:

“Bapak Nur Yasin itu selalu membuka jalan kompromi jika situasional tidak menguntungkan, jika ada masalah selalu memberikan solusi untuk bermusyawarah” (Wawancara dengan Sigit Setyawan, ST. Koordinator Tim Relawan H. Nur Yasin, 19 Mei 2022)

Seni berkompromi atau seni membangun konsensus juga akan membuat seorang politikus tidak boleh berfikir matematis dan normatif saja. Selalu harus terbuka peluang untuk berkompromi atau membangun konsensus. Itulah sebabnya dalam politik praktis tidak dikenal adanya musuh abadi atau kawan yang abadi, karena yang abadi hanyalah kepentingan.

Para politikus yang akan melakukan lobi untuk mencari solusi dengan membangun konsensus harus memulai dengan kesediaan membuka diri. Menurut Sigit Setyawan, H. Nur Yasin adalah pribadi yang terbuka kepada siapa pun bukan hanya pada orang Islam bahkan non-muslim pun, bekerja sama dengan pihak lain, menerima masukan, kritikan, sehingga bisa menjadi acuan untuk H. Nur Yasin menjadi politisi yang lebih baik lagi.

Bawono Kumoro dalam menanggapi apa yang dilakukan H. Nur Yasin dan tim dalam membangun konsensus sebagai berikut:

“Seorang calon legislatif jika ingin terpilih ya harus pandai kompromi, karena pada saat sidang paripurna mereka akan berkompromi untuk kepentingan rakyat dan seorang politisi juga harus bisa membuka diri, karena mereka akan bertemu dengan kepala yang berbeda-beda.” (Wawancara dengan Bawono Kumoro, Peneliti lembaga survei Indikator Politik Indonesia 3 Juni 2022).

Para politikus mau tidak mau harus siap membuka diri, yaitu menerima pengalaman baru atau gagasan baru, sesuai dengan konsep diri yang ada pada masing-masing politikus yang berbeda pendapat. Konsep diri merupakan faktor yang sangat menentukan komunikasi politik interaksional atau lobi karena setiap orang termasuk para politikus, bertingkah laku sesuai dengan konsep dirinya.

C. Pembahasan

H. Nur Yasin merupakan seorang pengusaha dan bukan politisi. Namun, dengan *alasannya* ingin membantu rakyat untuk menyalurkan segala aspirasi mereka, dan ingin melihat masyarakat Jawa Timur khususnya Kabupaten Jember

dan Kabupaten Lumajang lebih sejahtera, H. Nur Yasin akhirnya terujun ke dunia politik. H. Nur Yasin memilih Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) karena partai ini dipandang memiliki banyak kesamaan dengannya, seperti ideologi keagamaan *Islam ala ahlissunah wal jamaah*, dan strategi politik kepartaian sebagai *green party* (partai hijau). Kendati pilihan partai ini berisiko tinggi baginya karena ketika itu PKB dilanda konflik internal yang akut, antara barisan Pro-Gus Dur dan Pro-Muhaimin.

Masuknya H. Nur Yasin ke partai berbasis massa *nahdliyyin* merupakan energi baru sebagai representasi kelompok profesional, dimana kader partai kebanyakan berasal dari kalangan pesantren. Pada 2009, kalangan eksekutif korporasi relatif langka dalam struktur kepengurusan dan kandidat calon legislatif. H. Nur Yasin maju lewat Daerah Pemilihan Jawa Timur 4. Dapil ini terdiri dari Kabupaten Jember dan Lumajang. Ada 8 kursi yang diperebutkan. Sebelumnya, selama dua kali pemilu, PKB memang selalu mendapatkan tiga kursi, baik pada Pemilu 1999 maupun pada Pemilu 2004. Waktu itu berturut-turut selalu menjadi partai pemenang pemilu di tingkat lokal.

Selain karena alasan ideologis dan strategis memilih PKB dan Dapil kampung halaman, H. Nur Yasin juga punya alasan taktis. Partai dan Dapil inilah yang berpeluang besar menghantarkannya menjadi anggota DPR RI. Apalagi dalam proses perjalanan tahapan pemilu, sistem pemilu berubah dari sistem nomor urut pada suara terbanyak. Mahkamah Konstitusi (MK) membatalkan Pasal 214 perihal nomor urut dari Undang-undang Nomor 10/2008 tentang Pemilu Anggota DPR,

DPD dan DPRD, pada Selasa, 23 Desember 2008 memberlakukan suara terbanyak dalam menetapkan calon terpilih.

DPP PKB menetapkan H. Nur Yasin di nomor urut 3 dari 8 calon yang diajukan pada Komisi Pemilihan Umum (KPU). Pasca putusan MK dibacakan oleh Mahfudz MD sebagai ketua, maka nomor urut bukan lagi menjadi hal yang ditakutkan bagi para calon nomor urut “sepatu” sekalipun. Tak ada lagi istilah nomor urut “kopiuh” dan nomor “jadi”. Semua calon punya kesempatan sama untuk menjadi calon terpilih. Asal rakyat pemilih memberikan suara terbanyak di antara daftar nomor urut dan nama calon yang ada.



Gambar 4.3. Kampanye H. Nur Yasin Saat Hari Santri 2018

Sumber: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=2163694460321802&set=pb.100000438063962.-2207520000..&type=3>, di akses Agustus 2022

H. Nur Yasin masuk kampung keluar kampung, masuk kampus ke luar kampus. Dari satu pertemuan ke pertemuan lain. Lebih satu tahun, ia melakukan kampanye total. Nyaris tiada hari tanpa kampanye. Waktunya digunakan penuh di daerah pemilihan untuk memperoleh suara rakyat yang maksimal untuk memenangkan pemilu. H. Nur Yasin melakukan kegiatan komunikasi politik di daerah pemilihannya yang merupakan salah satu bentuk dari banyak bentuk komunikasi baik dari sisi jumlah pelakunya yang relatif sederhana maupun dalam bentuk yang lebih kompleks seperti halnya komunikasi yang dilakukan oleh sesuatu lembaga, maka dalam prosesnya H. Nur Yasin tidak terlepas dari dimensi-dimensi komunikasi pada umumnya.

Seperti dalam bentuk komunikasi lainnya, komunikasi berlangsung dalam suatu proses penyampaian pesan-pesan tertentu yang berasal dari H. Nur Yasin selaku pihak yang memprakarsai komunikasi, kepada khalayak yaitu calon pemilihnya dengan menggunakan media tertentu untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dimensi-dimensi inilah pada dasarnya yang memungkinkan terjadinya suatu keluaran (*output*) komunikasi politik pada akhirnya akan ditentukan oleh dimensi-dimensi tersebut secara keseluruhan.

Ada beberapa komponen penting yang terlibat dalam proses komunikasi politik H. Nur Yasin yakni yang pertama, H. Nur Yasin sebagai komunikator politik, yaitu pihak yang memprakarsai dan mengarahkan suatu tindakan komunikasi. Seperti dalam peristiwa komunikasi pada umumnya, komunikator dalam komunikasi politik dapat dibedakan dalam wujud individu, lembaga, ataupun

berupa kumpulan orang. Dalam hal ini H. Nur Yasin sebagai Calon Legislatif berperan sebagai lembaga dan tim suksesnya berperan sebagai kumpulan orang. Jika seorang tokoh, pejabat ataupun rakyat biasa, misalnya, bertindak sebagai sumber dalam suatu kegiatan komunikasi politik, maka dalam beberapa hal ia dapat dilihat sebagai sumber individual (*individual source*).

H. Nur Yasin memainkan peran sosial yang utama, terutama dalam proses opini publik. Para pemimpin organisasi ataupun juru bicara partai-partai politik adalah pihak-pihak yang menciptakan opini publik karena mereka berhasil membuat gagasan yang mula-mula ditolak, kemudian dipertimbangkan, dan akhirnya diterima publik. Karena hal tersebut sikapnya terhadap khalayak serta martabat yang diberikannya kepada mereka sebagai manusia dapat mempengaruhi komunikasi yang dihasilkannya. Baik sebagai sumber individual maupun kolektif, H. Nur Yasin dan tim pemenangan merupakan pihak potensial yang ikut menentukan arah sosialisasi, bentuk-bentuk partisipasi, serta pola-pola rekrutmen massa politik untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

H. Nur Yasin dan Tim pemenangan memenangkan pemilu DPR RI 2019 dengan strategi komunikasi politiknya dan pola yang sederhana, yaitu dengan strategi pagar besi. Pola Pagar Besi digunakan untuk pendistribusian pesan politik guna merawat ketokohan H. Nur Yasin. Ketokohan H. Nur Yasin dalam masyarakat memiliki kredibilitas, daya tarik, dan kekuasaan, hal tersebut membuat H. Nur Yasin memiliki pengaruh tersendiri dalam berkomunikasi politik. Selain itu, juga

kemampuan dan dukungan lembaga dalam menyusun pesan politik, menetapkan metode, dan memilih media politik yang tepat.

Selain itu pola pagar besi juga digunakan oleh H. Nur Yasin dan tim pemenangan untuk memantapkan kelembagaan. Hal ini sangat penting sebagai faktor yang mendasar dalam komunikasi politik, terutama yang berkaitan dengan kampanye dan dukungan elektoral dari khalayak pemilih. Lembaga juga memiliki karakteristik seperti manusia yang meliputi eksistensi, kepribadian dan aktivitas. Ketokohan pak H. Nur Yasin meningkat saat beliau masuk ke PKB. Memantapkan kelembagaan dan merawat ketokohan adalah keterkaitan yang tidak bisa dipisahkan karena saling berhubungan erat. Lembaga dan tokoh politik adalah dua hal yang berjalan beriringan karena saling membutuhkan.

Khalayak atau pemberi suara dalam pemilihan umum cenderung menjatuhkan pilihannya kepada kepahlawanan politik, yaitu kandidat yang sesuai dengan citra jabatan ideal baginya. Citra jabatan ideal yang dimaksud itu adalah politikus yang memiliki ketokohan, karena mempunyai sifat-sifat utama seperti kecakapan, kedewasaan, kejujuran, keberanian, dan sebagainya. Hal ini merupakan sifat-sifat kepahlawanan politik.

Setiap calon anggota dewan memiliki alasan ataupun motivasi tersendiri ketika mereka mencalonkan diri. Alasan ataupun motivasi tersebut merupakan salah satu alternatif untuk menarik perhatian dari khalayak pemilih. Karena dari sinilah khalayak pemilih dapat menilai apa sebenarnya yang melatarbelakangi untuk mencalonkan diri sebagai anggota dewan. Dengan motivasi tersebut, H. Nur

Yasin memiliki daya tarik tersendiri, yang dalam proses komunikasi politik untuk mempengaruhi khalayak, terutama calon pemilih. H. Nur Yasin yang disebut sebagai pahlawan politik pada dasarnya adalah pemimpin formal atau informal, yang mendapat kepercayaan dari publik atau khalayak.

Setelah membuat strategi politik pagar besi tersebut, H. Nur Yasin juga membentuk Tim pemenangan dan Tim Relawan. Tim pemenangan diketuai oleh H. Muhlasin dan Koordinator Relawan diketuai oleh Sigit Setyawan. Tim ini memiliki peranan untuk merancang, melaksanakan, dan mengawasi jalannya kampanye politik tersebut. Merancang sebuah proses kampanye politik dilakukan secara matang, artinya tahapan-tahapan kampanye politik tersebut harus sesuai dengan tujuan-tujuan yang ingin dicapai. Sehingga dalam pelaksanaan kampanye politik tersebut, dapat terstruktur dengan baik dan dapat dipahami oleh masyarakat.

Tim ini memilih orang-orang yang dapat memahami dan menguasai perencanaan dan penggunaan media komunikasi karena komunikator menjadi sumber dan kendali semua aktivitas komunikasi. Oleh karena itu, jika suatu proses kampanye tidak berhasil dengan baik, kesalahan utama bersumber dari komunikator (juru kampanye). Sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting dikarenakan komunikasi politik yang dijalankan oleh juru kampanye merupakan sebuah fondasi dalam menjalankan strategi kampanye.

Tim ini mengemas pesan yang kemudian didistribusikan kepada khalayak. Adapun yang diperhatikan dalam pengemasan pesan tersebut, yaitu harus

memperhatikan beberapa point. Point pertama yaitu pesan harus dapat meningkatkan perhatian (*Attention*), kedua, pesan harus mempertahankan minat (*Interest*), ketiga pesan harus membangkitkan hasrat (*Desire*), dan dan terakhir pesan tersebut meraih tindakan (*Action*) Agar sebuah pesan tersebut berhasil sesuai dengan tujuan komunikator.



Gambar 4.4. Kemasan Pesan Kampanye H. Nur Yasin di Media

Sumber: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=2321995817824998&set=t.100000438063962&type=3>, di akses Juli 2022

Mengemas pesan merupakan hal yang penting untuk memperkuat skill komunikasi H. Nur Yasin. Kesuksesan terjadi ketika sebuah gagasan, informasi,

dan emosi dapat dikomunikasikan dengan baik kepada khalayak pemilih. Bagaimana sebuah pesan tersebut disampaikan, apakah disampaikan secara jelas, singkat, akurat, dan kredibel dalam berbagai gaya menjadi pertimbangan pribadi dari komunikator untuk memperkenalkan calon legislatif.

Dalam pengemasan pesan diperlukan pembentukan citra yang kemudian diminati oleh khalayak pemilih. Seperti gestur H. Nur Yasin yang harus memperlihatkan kewibawaan dan seperti pahlawan politik dalam penyampaian pesannya. Cara bicaranyapun harus santun dan bertata bahasa yang baik. Sebagai komunikator politik, H. Nur Yasin memiliki wawasan dan pengetahuan yang luas. Selain itu H. Nur Yasin memiliki *Attitude* yang baik, dalam menilai suatu objek atau subjekpun terbilang baik. Dari *Social and cultural system*, H. Nur Yasin beradaptasi dengan sistem sosial budaya yang ada di daerah pemilihannya terbilang sangat baik. Lembaga dan tokoh politik adalah dua hal yang berjalan beriringan karena saling membutuhkan. Begitu juga hal yang dilakukan PKB untuk memantapkan kelembagaan dengan meningkatkan kemampuan-kemampuan ketua DPC bahkan para kader sehingga PKB dapat dikenal oleh masyarakat luas serta peduli kepada masyarakat dan berkontribusi.

Massa pemilih H. Nur Yasin atau Khalayak Komunikator, yaitu peran penerima yang sebetulnya hanya bersifat sementara. Sebab, seperti konsep umum yang berlaku dalam komunikasi, ketika penerima itu memberikan *feedback* dalam sesuatu proses komunikasi politik, atau pada saat ia meneruskan pesan-pesan kepada khalayak lain dalam kesempatan komunikasi yang berbeda, maka pada saat

itu peran penerima telah berubah menjadi sumber atau komunikator. Massa pemilih H. Nur Yasin dapat memberikan respon atau umpan balik, baik dalam bentuk pikiran, sikap maupun perilaku politik yang diperankannya.

Kemudian langkah berikutnya yang dilakukan H. Nur Yasin dan tim pemenangan untuk mencapai tujuan komunikasi politik adalah menciptakan kebersamaan antara H. Nur Yasin dengan khalayak komunikator dengan cara mengenal khalayak dan menyusun pesan yang *homofilis*. Hal itu dibutuhkan agar H. Nur Yasin dapat melakukan empati. Komunikasi akan lebih efektif pada kondisi *homofili* daripada *heterofili*. Suasana *homofili* yang diciptakan adalah persamaan bahasa (simbol komunikasi), persamaan busana, persamaan kepentingan dengan khalayak, terutama mengenai pesan politik, metode, dan media politik. Namun, yang sangat penting adalah siapa tokoh yang melakukan komunikasi kepada khalayak. Artinya, H. Nur Yasin atau aktivis telah memiliki banyak persamaan dengan khalayaknya.

Homofili adalah salah satu syarat membangun dan merawat ketokohan bagi H. Nur Yasin aktivis dan profesional sebagai komunikator politik. Untuk menciptakan *homofili* dan melakukan empati melalui persamaan kepentingan tersebut, H. Nur Yasin sangat mengenal, mengerti dan memahami daya tangkal dan daya serap khalayak, baik bersifat psikologis maupun bersifat sosio-budaya. Hal ini memerlukan berbagai aktivitas seperti penjajakan dan survey penelitian.

Jika dilihat dari paradigma khalayak aktif di negara demokrasi, sebenarnya khalayaklah yang menentukan pesan politik yang harus disampaikan oleh para

politikus dalam kampanye politiknya, baik dalam menggunakan retorika politik (pidato) maupun melalui media politik, pesan politik disusun setelah mengetahui kondisi masyarakat. Pesan politik adalah pesan yang dapat menimbulkan perhatian, pesan yang mudah diperoleh dan karena itu perbedaannya harus mencolok dengan pesan-pesan yang lain.

Dalam menyusun pesan persuasif upaya yang dilakukan oleh H. Nur Yasin dan Tim adalah menyampaikan pesan-pesan umum dengan memperhatikan 4 point, yaitu Point pertama yaitu pesan harus dapat meningkatkan perhatian (*Attention*), kedua; pesan harus mempertahankan minat (*Interest*), ketiga; pesan harus membangkitkan hasrat (*Desire*), dan dan terakhir pesan tersebut meraih tindakan (*Action*) Agar sebuah pesan tersebut berhasil sesuai dengan tujuan komunikator.

Dalam menetapkan metode strategi komunikasi politik tim pemenangan H. Nur Yasin menggunakan metode *educative* sebagai salah satu usaha untuk mempengaruhi khalayak pemilihnya dari suatu pernyataan yang dilontarkan, yang dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang berisi pendapat, fakta dan pengalaman. Sehingga dari fakta dan pengalaman-pengalaman tersebut bisa merangkul orang-orang terdekatnya untuk memilih H. Nur Yasin.

Untuk menyampaikan pesan politik tersebut, H. Nur Yasin membutuhkan Saluran-saluran Komunikasi politik, yakni setiap pihak atau unsur yang memungkinkan sampainya pesan-pesan politik. Dalam ha-hal tertentu, memang terdapat fungsi ganda yang diperankan unsur-unsur tertentu dalam komunikasi. H. Nur Yasin dapat memainkan birokrasi untuk memerankan fungsi ganda. Birokrasi

dapat berperan sebagai komunikator yang menyampaikan pesan-pesan yang berasal dari pemerintah; dan di sisi lain, H. Nur Yasin juga dapat berperan sebagai saluran komunikasi bagi lewatnya informasi yang berasal dari khalayak masyarakat. Fungsi ganda yang sama juga biasa diperankan oleh organisasi termasuk ormas-ormas Islam di Indonesia seperti halnya Nahdatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah, partai politik, kelompok kepentingan, kelompok penekan, dan media massa.

Untuk menganalisis gejala munculnya ormas-ormas ataupun partai-partai politik di Indonesia, penting pula dicatat bahwa struktur sosial tradisional juga merupakan saluran komunikasi yang memiliki kemampuan tersendiri, karena pada masyarakat tersebut arus komunikasi ditentukan oleh posisi sosial pihak-pihak yang berkomunikasi. Selain saluran komunikasi antar pribadi seperti banyak terjadi di masyarakat, unsur yang tidak kalah pentingnya dalam proses penyampaian pesan-pesan politik adalah media massa. Secara historis, penelitian efek media massa dalam perilaku politik telah cukup memperlihatkan besarnya peran media massa dalam kegiatan komunikasi politik khususnya di Amerika. Di Indonesia, disamping belum banyak penelitian tentang hal tersebut, penggunaan media massa dalam kegiatan kampanye politik tampaknya masih relative rendah.

Dalam sebuah strategi komunikasi politik, menciptakan kebersamaan merupakan elemen yang penting. Untuk menciptakan kebersamaan antara politikus dan khalayak adalah dengan cara mengenal khalayak dan menyusun pesan yang homofili sehingga khalayak pemilih lebih mudah memilih karena lebih dekat

karena penciptaan kebersamaan tersebut. Kemudian juga suasana *homofili* yang tercipta menjadi sebuah simbol komunikasi yang merupakan simbol komunikasi.

Dalam Memilah dan Memilih Media H. Nur Yasin dan Tim memiliki kriteria. Media yang merupakan perantara ataupun perpanjangan indera manusia diperlukan jika hanya untuk komunikasi jarak jauh, sedangkan untuk komunikasi jarak dekat atau tatap muka tentu media sangat jarang diperlukan. Untuk berkomunikasi jarak jauh dengan khalayak pemilih yang banyak, diperlukan media yang bisa menghilangkan jarak tersebut, bisa media komunikasi yang memiliki akses ke internet. Dalam komunikasi politik, seluruh media dapat dipergunakan karena tujuannya adalah untuk membentuk dan membina pendapat umum, serta mempengaruhi khalayak pemilih dalam pemilu.

Dalam membangun konsensus seorang politikus atau aktivis harus memiliki kemampuan berkompromi, yaitu merupakan suatu seni tersendiri. Seni berkompromi atau seni membangun konsensus juga akan membuat seorang politikus tidak boleh berfikir matematis dan normatif saja. Selalu harus terbuka peluang untuk berkompromi atau membangun konsensus. Itulah sebabnya dalam politik praktis tidak dikenal adanya musuh abadi atau kawan yang abadi, karena yang abadi hanyalah kepentingan.

Para politikus yang akan melakukan lobi untuk mencari solusi dengan membangun konsensus harus memulai dengan kesediaan membuka diri. Ir. H. Nur Yasin adalah pribadi yang terbuka kepada siapapun bukan hanya pada orang Islam bahkan non-muslim pun, bekerja sama dengan pihak lain, menerima masukan, kritikan, sehingga bisa menjadi acuan untuk H. Nur Yasin menjadi politisi yang lebih baik lagi.

Para politikus mau tidak mau harus siap membuka diri, yaitu menerima pengalaman baru atau gagasan baru, sesuai dengan konsep diri yang ada pada masing-masing politikus yang berbeda pendapat. Konsep diri merupakan faktor yang sangat menentukan komunikasi politik interaksional atau lobi karena setiap orang termasuk para politikus, bertingkah laku sesuai dengan konsep dirinya.

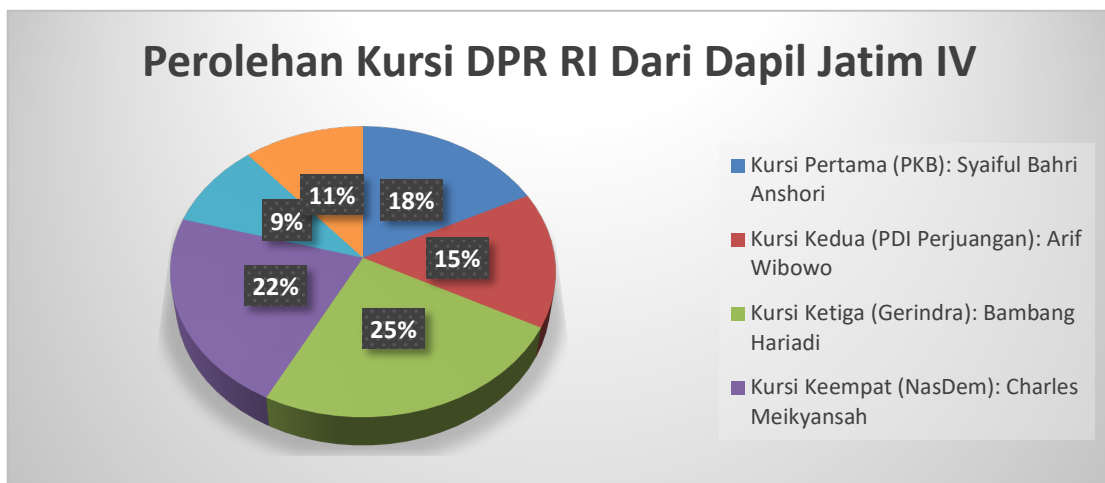
Setelah berbagai rangkaian langkah yang dilakukan maka muncul hasil perolehan kampanye. Hasil kampanye para calon legislatif, perolehan suara PKB justru menurun secara nasional, dari 52 kursi menjadi 28 kursi. Di antara kursi

tersebut, 2 kursi diperoleh dari Dapil Jember-Lumajang. Pemilik kursi itu atas nama Hj. Masitoh, S.Ag dan H. Nur Yasin. Masing-masing memperoleh suara terbanyak kesatu dan kedua di antara 8 caleg PKB.

Perolehan Kursi DPR RI Dari Dapil Jatim IV Berdasarkan Metode Saint League:

- 1) Kursi Pertama (PKB): Syaiful Bahri Anshori (80.755 suara)
- 2) Kursi Kedua (PDI Perjuangan): Arif Wibowo (69.140 suara)
- 3) Kursi Ketiga (Gerindra): Bambang Hariadi (114.557 suara)
- 4) Kursi Keempat (NasDem): Charles Meikyansah (99.917 suara)
- 5) Kursi Kelima (Golkar): M Nur Purnamasidi (43.480 suara)
- 6) Kursi Keenam (PKS): Amin (36.349 suara)
- 7) Kursi Ketujuh (PKB): H. Nur Yasin (51.064 suara)
- 8) Kursi Kedelapan (PDI Perjuangan): Umar Bashor (59.474 suara)

Gambar 4.6. Perolehan Kursi DPR RI Dari Dapil Jatim IV



Sumber : kpu.go.id

Bersama dengan 560 anggota DPR RI yang lain, H. Nur Yasin diambil sumpah di hadapan Rapat Paripurna Istimewa pada Kamis, 1 Oktober 2009. Proses sumpah dipimpin oleh Ketua Sementara dan dipandu oleh Ketua Mahkamah Agung. H. Nur Yasin selepas pelantikan, langsung mengumpulkan seluruh direksi

dari 24 perusahaan di bawah naungan Kogas Group. Berkumpul 54 orang, sembari diberikan pengarahan. Antara lain:

Pertama, H. Nur Yasin sebagai anggota DPR RI tak boleh merangkap jabatan dalam perusahaan negara maupun swasta. Ini untuk menghindari *conflict of interest* (konflik kepentingan). Selaku pejabat publik, semua tenaga dan pikirannya semata untuk kepentingan rakyat tanpa terkecuali. Di pundaknya, nasib ratusan juta penduduk Indonesia yang bergantung atas sepaik terjangnya sebagai wakil rakyat.

Kedua, H. Nur Yasin melepaskan seluruh jabatan di Kogas Group, baik di perusahaan maupun di *holding company*. Semua harus mandiri tanpa keterlibatkannya dalam manajemen perusahaan. Apalagi PT Kogas Driyap Konsultan sepeninggalnya pada 2001 dan diganti oleh Ibu Yenny yang merupakan temen belajar Planologi ITB, telah berkembang semakin besar. Begitu pula dengan perusahaan di bawah Kogas Group yang lain.

Ketiga, H. Nur Yasin meminta kepada seluruh direksi untuk tidak mencari proyek di mitra Komisi VII. Sebab, FKB menugaskannya di komisi tersebut. Para direksi banyak yang terkejut, kecuali empat orang direksi yang memang sangat dekat. Mereka tahu persis terhadap berbagai keputusan, baik yang tersurat maupun tersirat.

Tiga sikap H. Nur Yasin di atas merupakan tata kelola ideal dalam membangun relasi politik dan bisnis. sikap ini bertolak belakang dengan kelaziman perilaku politik yang cenderung menggunakan aji mumpung. Sampai-sampai banyak yang terjebak pada *permisivisme* ala Thomas Lickona. Akhirnya *abuse of*

power (penyalahgunaan kekuasaan) marak terjadi. Inilah yang menyeret banyak politisi terjerat kasus mega korupsi politik.

H. Nur Yasin tak ingin serampangan menggunakan otoritas kekuasaan untuk menambah pundi-pundi kekayaan. Tuhan Yang Maha Kuasa telah banyak memberikan bekal duniawiah yang melimpah ruah. Ia justru merasa bekal ukhrawiah yang masih sangat kurang. Oleh karena itu, H. Nur Yasin sama sekali tak ingin mengotori niat baiknya berjuang di parlemen. Sehingga perusahaan-perusahaan di bawah naungan Kogas Group dilarang keras mencari proyek di Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM), Kementerian Riset dan Teknologi/Badan Riset dan Inovasi Nasional. Serta Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi (BPPT).