

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ulama adalah mereka yang ahli atau mempunyai kelebihan dalam bidang ilmu agama Islam, seperti ahli dalam tafsir, ilmu hadist, ilmu kalam. Dalam kamus besar bahasa Indonesia disebutkan bahwa ulama ialah orang yang ahli dalam pengetahuan agama Islam.¹ Sebagai orang mempunyai pengetahuan luas, maka ulama telah mengukir berbagai peran di masyarakat, salah satu peran Ulama yaitu sebagai tokoh dalam Islam.

Pada momentum Pemilihan Umum Presiden pada 17 bulan april 2019 nanti, sosok dan kewibawaan para alim Ulama sangat dimanfaatkan oleh aktor-aktor politik untuk menjaring suara rakyat. Mereka menyusun strategi dan taktik (stratak) Ulama sebagai juru kampanye, dari karismadan status tersebut komunikasi politik ulama dianggap mampu meyakinkan masyarakat dalam membranding seorang calon presiden. Betapa tidak, kemampuan ulama dalam menyampaikan pesan-pesan komunikasi kepada masyarakat selalu mendapat apresiasi positif. Melalui kegiatan pengajian serta ceramah di surau dan di masjid, ulama (Ustadz) selalu menyempatkan menyampaikan persoalan masalah keduniaan dan keakhiratan dengan mad'unya. Pendekatan-pendekatan seperti ini terjadi secara kontinu dan berkesinambungan,

¹ Teguh Shobri, *Komunikasi Ulama-Ulama*, (Palembang: IAIN Raden Fatah, 2005), hlm 51

sehingga mad'u dengan senang hati mendengarkan segala ceramah atau tausiyah yang disampaikan oleh para ulama. Ditengah kian merosotnya citra politik sekarang ini, ada sebagian kalangan yang berasumsi bahwa ulama harus masuk dan ikut berpartisipasi dalam dunia politik untuk dapat memperbaiki semua kebobrokan yang terjadi didalamnya.

Dalam dinamika sosial sekarang ini, ulama tidak lagi dimaknai sebagai orang yang berkecimpung di bidang keagamaan saja, namun tugas ulama bertambah menjadi melakukan kontrol terhadap masyarakat, menata kehidupan sosial, dan agen perubahan. Peran ulama pun mulai bergeser dan meluas ketika mereka merambah ke wilayah politik dengan ikut berperan dalam kegiatan politik praktis.²Ulama seakan menjadi magnet yang luar biasa ditengah-tengah masyarakat, tentunya ini menjadi sasaran empuk para pemburu kekuasaan untuk menjadikan ulama sebagai kandidat atau sekedar juru kampanye.

Ditinjau dari segi ilmu politik, ulama merupakan aktor politik yang mempunyai sumber daya politik berbasis karismatik dan tradisional yang memungkinkan ulama membentuk sikap atau preferensi politis tertentu dalam struktur sosial masyarakat di sekitarnya. Dengan alasan bahwa ulama memiliki karismatik inilah yang membuat partai politik berusaha merangkul para ulama, dengan begitu partai politik tersebut mendapatkan kemenangan yang disebabkan oleh karismatik para ulama ditengah-tengah masyarakat. Seperti yang dikatakan oleh Al-

²Greg Fealy, *Ijtihad Politik Ulama: Sejarah Nahdlatul Ulama, 1952-1967* (Yogyakarta: LkiS, 2003) hlm. 69

Faruqi bahwa “diri ulama adalah simbol dari pada etika dan moralitas politik, keterlibatan ulama dalam kanca politik harus bisa memberikan sumbangan besar bagi masyarakat dengan terciptanya bangunan struktur politik yang bermoral. Moral yang benar-benar hidup dan menjadikan landasan politik dan bukan hanya sekedar slogan politik”.³

Dizaman sekarang ini tidak bisa dipungkiri lagi bahwa tidak ada alasan para ulama untuk meninggalkan dunia politik karena berpolitik merupakan bagian dari ajaran agama, oleh karenanya hampir setiap pelaksanaan pemilu, baik pemilu untuk pemilihan legislatif (Dewan Perwakilan Rakyat) maupun pemilihan presiden dan kepala daerah, sebagian besar ulama terlibat aktif dalam kegiatan kampanye dan pencitraan positif calon yang didukungnya dengan dalih demi kemaslahatan umat. Menurut Mufid, “politik adalah segala usaha yang berkaitan dengan kekuasaan baik cara memperoleh, mendistribusikan, maupun mempertahankannya”.⁴ Sedangkan menurut Aristoteles politik dilihat sebagai suatu asosiasi warga negara yang berfungsi membicarakan dan menyelenggarakan hal ihwal yang menyangkut kebaikan bersama seluruh anggota masyarakat.⁵ Abdurrahman berpendapat bahwa politik (atau negara) yang menyangkut proses menentukan tujuan-tujuan itu.⁶ Politik, salah satunya bertujuan melembagakan penyelesaian konflik itu tidak melebar menjadi anarkisme

³Al-Faruqi, Jabir. *Ulama, Pemilu, dan Etika Politik* (Jakarta: Kompas, 2000) hlm. 15

⁴Mufid, Ahmad Syafi'i. *Penggunaan Simbol-Simbol Keagamaan untuk Kepentingan Politik*, Jurnal Harmoni; *Jurnal Multikultural dan Multireligius*, Volume III, Nomor 12 (Oktober-Desember, 2004), hlm. 76

⁵Surbakti, Ramlan. *Memahami Ilmu Politik*, (Jakarta: Grasindo, 1992) hlm. 2

⁶Abdurrahman, Dudung. *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta, 2003) hlm. 130

dan kekerasan. Dengan kata lain, politik justru menyalurkan konflik ke dalam prosedur, aturan, dan mekanisme membangun kompromi dan konsensus antar aktor dan pemain-pemain politik.

Komunikasi politik sangat diperlukan untuk menarik peminat pemilih maka dari itu ulama sebagai seorang tokoh panutan bagi masyarakat sangat diperlukan, sedangkan komunikasi politik menurut Grader (1981) sebagaimana dikutip Dani Fadhillah (2010:8), menjelaskan bahwa besar aktifitas komunikasi politik yaitu permainan kata-kata. Politisi meraih kekuasaan karena keberhasilannya berbicara secara persuasif kepada calon pemilih dan kepada efektifitas komunikasi dalam menjalankan kegiatannya sehari-hari. Bahkan Graber juga menambahkan bahwa ketika kita menjelaskan bahasa politik (bahasa yang digunakan dalam konteks politik) dan apa yang membuat bahasa verbal dan non verbal menjadi politis, bukanlah pada bentuk atau kosa katanya, melainkan karena substansi informasi yang disampaikan.

Meadow dalam Dan Nimmo juga membuat definisi bahwa *“political communication refers to any exchange of symbols or messages that or a significant extent have been shaped by or have consequences for political system”*. Disini Meadow memberi tekanan bahwa simbol-simbol atau pesan yang disampaikan itu secara signifikan dibentuk atau memiliki konsekuensi terhadap sistem politik.⁷

Dari sini kemudian penulis beranggapan bahwa studi tentang keterlibatan ulama dipemilihan umum presiden 2019 nanti menjadi hal yang menarik untuk

⁷Cangara Hafied, *Komunikasi Politik*, (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2016), Cet, Ke-5, hlm. 29

ditelusuri dan dipelajari. Mengingat peran ulama di Indonesia sangat penting karena sebagaimana kita ketahui bahwa Indonesia ini merupakan negara muslim terbesar di Asia Tenggara. Tentu saja penelitian tentang keterlibatan ulama dalam proses pemilihan umum di Indonesia pada umumnya tetaplah menarik untuk terus dikaji keberlangsungannya.

B. Batasan dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dibahas di atas dan untuk memudahkan penulisan ini maka perlu adanya pembatasan masalah agar lebih fokus dalam penggarapan skripsi ini. Pembahasan skripsi ini hanya membatasi pada mahasiswa KPI angkatan 2016 dan lebih memfokuskan persepsi mahasiswa kpi terhadap komunikasi politik ulama sebagai juru kampanye di pilpres 2019 pada Ust. Haikal Hassan dan Ust. Aminudin Ma'ruf.

Dari batasan masalah di atas agar bahasan tidak keluar dari permasalahan maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana komunikasi politik Ust. Haikal Hassan dan Ust. Aminudin Ma'ruf sebagai juru kampanye pilpres 2019?
2. Bagaimana persepsi mahasiswa komunikasi penyiaran Islam terhadap komunikasi politik Ust. Haikal Hassan dan Ust. Aminudin Ma'ruf sebagai juru kampanye?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui komunikasi politik Ust. Haikal Hassan dan Ust. Aminudin Ma'ruf sebagai juru kampanye pilpres 2019
2. Untuk mengetahui persepsi mahasiswa komunikasi penyiaran Islam terhadap komunikasi politik Ust. Haikal Hassan dan Ust. Aminudin Ma'ruf sebagai juru kampanye

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian dibedakan menjadi dua, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan akademis serta menambah kekayaan literatur dalam kajian ilmiah dibidang komunikasi penyiaran Islam.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan masukan bagi penelitian selanjutnya dengan bahasan tema yang sama.

E. Metode Penelitian

1. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan (universum) dari objek penelitian.⁸ Populasi dalam penelitian ini adalah para mahasiswa dan mahasiswi komunikasi penyiaran Islam yang pada saat ini menempuh pendidikan di Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Dalam penelitian ini populasinya meliputi seluruh mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam yaitu sebanyak 108 orang

b. Sampel

Sampel adalah sebagian yang diambil dari populasi. Menurut Suharsimi Arikunto “jika populasinya kurang dari 100 orang lebih baik diambil semua, sedangkan jika populasinya lebih besar maka dapat diambil 10-15% atau 20-25%.”⁹

Adapun teknik penentuan besaran sample yang digunakan ialah rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

⁸Dr. Juliansyah Noor, *Metode Penelitian, Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm. 147

⁹Sri Yeni, *Hubungan Motivasi dengan Kepuasan Mahasiswa Mengakses Berita Okezone.com*, (Skripsi Universitas Islam Raden Fatah Palembang 2016), hlm. 17

¹⁰Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), hlm. 170

$$\text{Maka } n = \frac{108}{1 + 108 (0.15)^2} = \frac{108}{3.43} = 31,486$$

= Dibulatkan 32

Manakala teknik sampling yang digunakan adalah probability sampling yaitu dengan menggunakan teknik simple random sampling (acak). Simple random sampling adalah cara pengambilan sampel dan anggota populasi dengan menggunakan acak tanpa memperhatikan strata (tingkatan) dalam anggota populasi tersebut. Hal ini dilakukan apabila anggota populasi dianggap homogen (sejenis).¹¹ Dalam penelitian ini, mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang berjumlah 108 mahasiswa, hanya 32 sample yang akan diambil.

2. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Berdasarkan hasil penelitian penulis menggunakan metode jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metod statistik. Data yang dikumpulkan bersifat kuantitatif atau dapat dikuantitatifkan dengan menghitung atau mengukur. Ini berarti sebelum turun ke lapangan jenis data yang dikumpulkan merupakan data kuantitatif, lebih banyak angka bukan kata-kata atau gambar.

b. Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan dua sumber data yaitu:

¹¹*Ibid*, hlm. 58

- a) Data primer yaitu yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian.
- b) Data sekunder berasal dari data primer yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik, diagram, gambar, dan sebagainya sehingga menjadi lebih informatif bagi pihak lain.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian akan dilakukan pada mahasiswa dan mahasiswi Komunikasi Penyiaran Islam fakultas dakwah dan komunikasi UIN Rasden Fatah Palembang.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan dengan sistematis terhadap fenomena yang diselidiki.¹² Observasi sebagai pemilihan, pengubahan, pencatatan, dan pengodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan organisme *in situ*. Pemilihan menunjukkan bahwa pengamatan ilmiah mengedit dan memfokuskan pengamatannya secara sengaja atau tidak sengaja. Pengubahan berarti observasi tidak hanya dilakukan secara pasif. Mengubah perilaku artinya dengan sengaja mengundang respons tertentu. Pencatatan adalah upaya merekam kejadian-kejadian dengan menggunakan catatan lapangan, sistem kategori, dan metode-metode lainnya. Pengkodean berarti proses menyederhanakan

¹²Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, Cet. 2, (Yogyakarta: Andi Offset, 1992), hlm. 129

catatan-catatan ini melalui metode reduksi data. In situ berarti pengamatan kejadian dalam situasi alamiah (*naturalistic*) walaupun tidak berarti tanpa menggunakan manipulasi eksperimental.¹³

b. Angket (kuesioner)

Kuesioner atau juga disebut angket menurut Dictionary of Psychology (Chaplin, 1981) yang dikutip Kartono (1990:217) adalah satu set pertanyaan yang berurusan dengan satu topik tunggal atau satu set topik yang saling berkaitan yang harus dijawab oleh subjek. Lebih operasional Umar (2002) menyatakan kuesioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan terhadap responden, dengan harapan mereka akan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut.¹⁴

5. Teknik Analisis Data

Menurut Bodgan dan Binkel, analisis data merupakan suatu proses sistematis pencarian dan pengaturan transkrip wawancara, observasi, catatan lapangan, dokumen, foto, dan material lainnya untuk meningkatkan pemahaman penelitian tentang data yang telah dikumpulkan, sehingga memungkinkan temuan penelitian dapat disajikan dan diinformasikan kepada orang lain.¹⁵

¹³Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, Cet. 1, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 367-368

¹⁴*Ibidh*, hlm. 379

¹⁵A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 400

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif. Menurut Sugiyono dalam buku *Metode Penelitian Pendidikan*. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Termasuk dalam statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui rata-rata dan standardeviasi, perhitungan persentase.¹⁶ Pada penelitian ini, data yang telah didapatkan kemudian diklasifikasikan dan dihitung kemudian disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi.

F. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka dibuat untuk memberi garis perbedaan yang tegas antara penelitian ini dengan penelitian yang sudah ada, baik obyek, metode, atau masalah penelitian. Selain itu sebagai perbandingan serta untuk mencegah agar tidak terjadi pengulangan yang tidak perlu dari penelitian yang sudah ada.

Pertama, Hassan Ma'ali Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta menulis skripsi berjudul *Strategi Komunikasi Politik Kiai dalam Sukses Pilpres 2014*

¹⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 207

(*Studi Desa Gadu Barat Kecamatan Ganding Kabupaten Sumenep Madura*) dalam penelitian ini Hassan Ma'ali memfokuskan pada pembahas tentang komunikasi politik kiai di Desa Gadu Barat Kecamatan Ganding Kabupaten Sumenep Madura.¹⁷

Kedua, Akbar Faqih Maula Nahdli Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta menulis skripsi berjudul *Keterlibatan Ulama dalam Politik (Studi Terhadap Peran Ulama dalam Kemenangan Idris-Pradi pada Pemilu Kota Depok Tahun 2015)* dalam penelitian ini Akbar Faqih Maula Nahdli memfokuskan pada pembahasan tentang peran politik yang dilakukan para ulama Depok dalam mendukung Idris Abdul Shomad-Pradi Supriantna pada Pemilu kota Depok tahun 2015.¹⁸

Ketiga, Khairul Afif B.P Yayasan Kesejahteraan Pendidikan dan Perumahan Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur menulis skripsi berjudul *Komunikasi Politik Kiai Dalam Penyampaian Pesan Politik Kepada Masyarakat Kabupaten Situbondo (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Politik Kiai Cholil As'ad Syamsul Arifin Dalam Pemilihan Gubernur Jawa Timur 2013)* dalam penelitian ini Khairul Afif lebih memfokuskan pada respon masyarakat terhadap

¹⁷Hassan Ma'ali (2015), "*Strategi Komunikasi Politik Kiai Dalam Sukses Pilpes 2014 Di Desa Gadu Barat Kecamatan Ganding Kabupaten Sumenep Madura*", Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

¹⁸Akbar Fakih Maula Nahdli (2017), "*Keterlibatan Ulama Dalam Politik Terhadap Peran Ualam Dalam Kemenangan Idris-Pradi Pada Pemilu Kota Depok Tahun 2015*", Skripsi, Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

proses komunikasi politik kiai Cholil As'ad Syamsul Arifin dalam penyampaian pesan politik pada saat pemilihan kepada daerah Jawa Timur.¹⁹

Ketiga kajian penelitian tersebut diatas, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang sedang penulis lakukan. Persamaannya meliputi sama membahas masalah komunikasi politik ulama serta memiliki kesamaan tentang pemilu. Perbedaannya meliputi pada obyek penelitian yang dikaji, dalam skripsi ini akan difokuskan pada pembahasan mengenai Persepsi Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Terhadap Komunikasi Politik Ulama sebagai Juru Kampanye di Pilpres 2019.

G. Kerangka Teori

1. Persepsi

Menurut Jalaludin Rahmat persepsi adalah pengalaman tentang objek wisata atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan pesan. Pengertian ini memberi pemahaman bahwa dalam persepsi terdapat pengalaman tertentu yang telah diperoleh individu. Disini, perantau peristiwa yang dialami serta dilakukannya suatu proses yang menghubungkan-hubungkan pesan yang datang dari pengalaman atau peristiwa yang dimaksudkan, kemudian ditafsirkan menurut kemampuan daya fikirnya sendiri.²⁰ Menurut Ruch, persepsi adalah suatu proses tentang petunjuk indrawi (sensory) dan pengalaman masa lampau yang

¹⁹Khairul Afif B.P (2013), “*Komunikasi Politik Kiai Dalam Penyampaian Pesan Politik Kepada Masyarakat Kabupaten Situbondo (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Politik Kiai Cholil As'ad Syamsul Arifin Dalam Pemilihan Gubernur Jawa Timur 2013)*”, Skripsi, Surabaya: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran

²⁰Jalaludin Rahmat, Psikologi Komunikasi, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1998) hlm.

relevan diorganisasikan untuk memberikan kepada kita gambaran yang struktural dan bermakna pada suatu tertentu.²¹ Jadi persepsi adalah proses pemahaman atau pemberian makna atas seluruh informasi yang didapat dari proses panca indra terhadap objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan antar gejala yang selanjutnya diproses oleh otak.

2. Perbandingan

Dalam kamus lengkap bahasa Indonesia disebutkan bahwa perbandingan berasal dari kata banding yang berarti persamaan, selanjutnya membandingkan mempunyai arti mengadu dua hal untuk diketahui perbandingannya. Perbandingan diartikan sebagai selisih persamaan.

Menurut Sjachran Basah (1994:7), perbandingan merupakan suatu metode pengkajian atau penyelidikan dengan mengadakan perbandingan antara dua objek kajian atau lebih untuk menambah dan memperdalam pengetahuan tentang objek yang dikaji. jadi didalam perbandingan ini terdapat objek yang hendak dibandingkan yang sudah diketahui sebelumnya, akan tetapi pengetahuan ini belum jelas dan tegas.

3. Komunikasi Politik

Menurut Anwar Arifin (2011:299) menyebutkan bahwa setiap kandidat harus aktif melakukan komunikasi politik dalam bentuk lobi, kampanye, pemasaran, propaganda, agitasi. Publik Relation, dan retorika politik serta periklanan politik melalui media massa. Semua bertujuan untuk merayu atau membujuk rakyat agar

²¹Rosleny Marliany, Psikologi Umum, (Bandung: CV. Pustaka Ceria, 2010) hlm. 188

memberikan suaranya dalam memenangkan persaingan. Sementara itu Mueller (1973) dalam Sudarmansyah dkk (2013:29) mendefinisikan komunikasi politik sebagai hasil yang bersifat politik apabila menekankan pada hasil. Sedangkan definisi komunikasi politik jika menekankan pada fungsi komunikasi politik dalam sistem politik adalah komunikasi yang terjadi dalam suatu sistem politik dan antara sistem tersebut dengan lingkungannya.

Meadow dan Nimmo (2004) Membuat definisi bahwa "*Political communication refers to any exchange of symbol or message that to a significant extent have been shaped by or have consequences for political system.*" Meadow memberi tekanan bahwa simbol-simbol atau pesan yang disampaikan secara significant dibentuk atau memiliki konsekuensi terhadap sistem politik Hafied Canggara (2014:29).

Graber (1981) sebagaimana dikutip Dani Fadillah (2010: 8), Menjelaskan bahwa sebagian besar aktivitas Komunikasi politik adalah permainan kata-kata. Politis meraih kekuasaan karena keberhasilannya berbicara secara persuasif kepada calon pemilih dan kepada para elit politik. Selain itu juga menambahkan bahwa ketikakita menjelaskan bahasa politik (digunakan dalam konteks politik) dan membuat bahasa verbal menjadi politis, bukanlah bentuk atau kosakatanya, melainkan karena substansinya informasi yang disampaikan, setting dimana informasi disebarkan maupun fungsi yang dijalankan.

Harmoko mengatakan bahwa yang menekankan komunikasi politik dengan melihat pentingnya pengaruh yang dihasilkan oleh komunikasi politik pada

pencapaian hasil yang ditargetkan oleh partai politik. Artinya jika partai hanya menargetkan perolehan suara pada saat pemilu, maka komunikasi politik akan dikatakan berhasil jika partai tersebut menang atau setidaknya dapat mendulang suara yang signifikan dalam pemilihan umum.²²

4. Ulama

Ulama merupakan bentuk dari kata “alim” yang berarti orang yang ahli dalam pengetahuan agama Islam. Kata alim adalah kata benda dari kata kerja yang menjadi kata jama’ alim, umumnya dapat diartikan sebagai “orang yang berilmu”. Menurut Dawam sebagaimana dikutip Burhani menyatakan ulama adalah orang yang tertanam akarnya pada masyarakat dan tumbuh dari dan ditengah-tengah rakyat.²³ Sedangkan menurut Abdillah, ulama memiliki kedudukan yang tinggi dan peran yang penting karena mereka merupakan pewaris Nabi yang mempunyai tugas untuk; (a) mendidik umat di bidang agama dan lainnya, (b) melakukan kontrol terhadap masyarakat, (c) memecahkan problem yang terjadi dalam masyarakat, dan (d) menjadi agen perubahan sosial.²⁴ Dan beberapa pendapat yang dikemukakan oleh para sahabat dan tabi’in yang memiliki ilmu dalam keislaman merumuskan apa yang dimaksud dengan ulama, diantaranya:

²²Basith Bakhtiar Yulfi (2013). “Komunikasi Politik Partai Persatuan Pembangunan Pada Masyarakat Muslim di Kabupaten Purworejo”. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Hlm. 12

²³Burhani, Ahmad Najib. *Agama Nahdlatul Ulama, dan Sikap Memilih Partai* (Jakarta: Harian Kompas Bekerjasama dengan Lakpesdam NU, 1999) hlm. 147

²⁴Abdul Mu’nim D.Z. (edt). *Islam di Tengah Arus Transisi* (Jakarta: Kompas, 2000) hlm. 162

- a) Imam mujahid berpendapat bahwa Ulama adalah orang yang takut kepada Allah SWT. Malik bin Abbas pun menegaskan orang yang tidak takut kepada Allah bukanlah Ulama.
- b) Ibnu Katsir berpendapat bahwa ulama adalah yang benar-benar mekrifatnya kepada Allah sehingga mereka takut kepadanya. Jika ma'rifatnya sudah sangat dalam, maka sempurnalah takut kepada Allah.
- c) Ali Ash-Shabuni berpendapat bahwa ulama adalah orang yang rasa takutnya kepada Allah sangat mendalam disebabkan marifatnya.
- d) Sayyid Quthub berpendapat bahwa ulama adalah orang yang senantiasa berpikir kritis akan kitab Al-Qur'an sehingga mereka akan ma'rifatnya secara hakiki kepada Allah SWT.

Dalam pada itu, peran ulama dalam masyarakat tidak lepas dari nilai-nilai kepemimpinan profetik yang selama ini dilaksanakan dalam lingkungan masyarakat. Hal ini sesuai dengan apa yang dipopulerkan oleh Kuntowijoyo dalam kajian ilmu sosial profetiknya. Istilah profetik merupakan derivasi dari kata *prophet*. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, profetik artinya bersifat kenabian. Pengertian kepemimpinan profetik di sini adalah kemampuan seseorang untuk mempengaruhi orang lain dalam mencapai tujuan, dengan pola yang dilaksanakan nabi (*prophet*).

Inspirasi teologis dari kepemimpinan profetik, menurut Kuntowijoyi adalah derivasi dari misi historis Islam yang termaktub dalam Firman Allah.

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِّنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

Engaku adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. (QS. Ali Imran : 110)²⁵

Misi historis Islam dalam surah Ali Imran ayat 110 di atas, baik humanisasi, liberasi, maupun transendensi bersifat kausalitas dengan awal frasa ayat tersebut. Pada bagian frasa kuntum khayra ummatin, sesungguhnya menanti ta'muruna bi al-ma'ruf, wa tanhawna 'an al-munkaar. Tidak akan menjadi umat terbaik, jika misi-misi tersebut diabaikan.

Pernyataan tersebut dikuatkan oleh Taufiq Muhammad Sa'ad, menurutnya, hadirnya kalimat ukhrijat li al-naas menegaskan bahwa kehadiran pribadi profetik adalah semata-mata untuk menjalankan misi tadi sampai pada terwujudnya khayra ummat, umat terbaik. Muhammad Sa'ad mengutip hadist riwayat Ahmad untuk menegaskan hal ini, "sebaik-baik manusia adalah yang paling membaca, paling taqwa, paling giat melakukan humanisasi (amar ma'ruf), liberasi (nahy munkar), dan paling luas jaringannya (sillahtu al-rahim).

Sejak awal, Islam telah menetapkan model ideal untuk membentuk kepemimpinan dalam Firman Allah Azza Wa Jalla.

²⁵ <https://tafsirweb.com/1242-surat-ali-imran-ayat-110.html> diakses pada tanggal 02 september 2019

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

*sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah. (QS. Al-Ahzab:21).*²⁶

Dari ketiga nilai profetik yang dimaksud oleh Kuntowijoyo tersebut di atas, jelaslah bahwa ulama adalah sosok seorang “public relation” dalam menyampaikan komunikasi politik yang sekaligus mengemban tugas-tugas ke-profetik-an. Nilai-nilai profetik ini selalu disampaikan ulama ketika berkampanye di masyarakat. Penulis menganggap disinilah letak keunikan seorang ulama dalam berkecimpung di dunia politik.

5. Komunikasi Ulama Dalam Melakukan Kampanye Politik

Kampanye menurut Steven Chaffee (1981) dalam (Hafied Cangara, 2014 : 223) adalah aktivitas komunikasi yang ditujukan untuk memengaruhi orang lain agar ia memiliki wawasan, sikap dan perilaku sesuai dengan kehendak atau keinginan penyebar atau pemerai informasi. Dalam konteks komunikasi politik, kampanye dimaksudkan untuk memobilisasi dukungan terhadap suatu hal atau seorang kandidat. Sedangkan menurut Imawan (1999) kampanye adalah upaya persuasif untuk mengajak orang lain yang belum sepaham atau belum yakin pada ide-ide yang akan kita tawarkan, agar mereka bersedia bergabung dan

²⁶ <https://tafsirweb.com/7633-surat-al-ahzab-ayat-21.html> diakses pada tanggal 2 september 2019

mendukungnya.

Oleh sebab itu, ide-ide yang akan disampaikan haruslah yang terbaik yang bisa dirumuskan, serta dapat disampaikan sesuai dengan alam pikiran orang lain yang kita harapkan dukungannya. Berdasarkan pemahaman tersebut, maka suatu kesalahan jika kampanye dilakukan dengan cara-cara yang tidak simpatik, karena sasaran kampanye adalah merebut hati orang lain agar ia bersedia menerima dan mendukung partai atau calon yang ditawarkan. Sementara Anwar Arifin, (2011: 45) menjelaskan strategi komunikasi dalam melakukan kampanye politik harus meliputi: 1. Visi dan misi 2. Sasaran 3. Wilayah/Teritorial 4. Strategi Penggalangan. Ada tiga syarat yang harus dipenuhi seorang juru kampanye dalam menyampaikan komunikasi politiknya, yakni (1) tingkat kepercayaan orang lain kepada dirinya (*kredibilitas*); (2) daya tarik (*attractive*); (3) kekuatan (*power*).

6. Agama dan Politik

Islam adalah agama yang sama sekali tidak memisahkan urusan duniawiyah dengan urusan akhrawiyah. Islam agama yang mengajarkan nilai-nilai kebenaran, keadilan, kejujuran, santun, menghormati orang lain, tanggung jawab, istiqamah, terbuka, dan lain sebagainya. Nilai-nilai tersebut harus dijunjung tinggi dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.

Untuk mewujudkan nilai-nilai luhur yang diajarkan agama dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara, maka umat Islam perlu

mengambil bagian dalam sistem kenegaraan dan aktivitas politik di negara ini. Untuk itu, kehadiran ulama sebagai tokoh agama diharapkan dapat memberikan warna, kesejukan dan sebagai tempat meminta nasihat serta mampu berfungsi menjadi teladan dan menjadi benteng moral bagi masyarakat dan pemerintah. Kehadiran ulama di pentas politik juga bisa bermakna positif, sepanjang tetap istiqamah dengan pendiriannya, yaitu dengan keteladanan moral yang dimiliki, diharapkan dapat mewarnai kehidupan politik ke arah yang lebih baik, terhormat, dan bermatabat.

Menurut Ruslani dalam Mu'min menegaskan persoalan antara Islam dan negara dalam masa modern merupakan salah satu subjek penting, meski telah diperdebatkan para pemikir Islam sejak hampir seabad lalu hingga sekarang ini, tetap belum terpecahkan secara tuntas.²⁷ Dalam sumber yang sama Ruslani menyatakan bahwa membicarakan hubungan antara agama dan negara sebenarnya tidak terlepas dari pembicaraan mengenai hubungan antara doktrin ajaran Islam dan praktik politik umat Islam. Karena dalam setiap praktik politik muslim, doktrin selalu memainkan peran meskipun bukan pemeran tunggal. Sedangkan menurut Dhakiri sebagaimana dikutip Mu'min, penempatan Islam dalam wacana politik di Indonesia ternyata menghadirkan wajah yang berbeda-beda, yaitu: pertama, kelompok yang memandang bahwa Islam adalah agama yang perfeksionis yang mencakup seluruh dimensi urusan manusia, tidak semata

²⁷ Abdul Mu'min D.Z. (edt). *Islam di Tengah Arus Transisi* (Jakarta: Kompas, 2000) hlm. 138

mengatur relasi vertikal manusia dengan Tuhan tetapi juga relasi horizontal antar sesama manusia. Kedua, kelompok yang berpendapat bahwa Islam terlepas dari hal-hal yang bersifat duniawi. Ketiga, kelompok yang berpandangan di antara kedua pandangan diatas, yaitu bahwa Islam tidak memberikan rumusan baku tentang sistem politik kenegaraan, akan tetapi menyediakan seperangkat tata nilai sebagai landasan etik bagi penataan kehidupan berpolitik dan bernegara.

Al-qur'an dan al-hadits hanya menyebutkan hukum tata negara secara garis besar, sehingga kemudian muncul ijtihad para ulama yang merumuskan teori-teori tentang ketatanegaraan atau politik Islam. Terutama yang bersifat teknis operasional yang merupakan nilai instruktural dan nilai praktis.²⁸ Untuk memaparkan keterlibatan ulama dalam politik, paling tidak kita merujuk pendapat Suprayogo, dari perspektif sosiologi yaitu, pertama bahwa sumber ajaran Islam yang selalu dijadikan sebagai rujukan oleh para elit agama, dipahami memiliki lingkup tak terbatas pada aspek-aspek ritual dan bimbingan moral belaka, melainkan juga memberikan nilai-nilai pada semua sisi kehidupan, baik dalam ilmu pengetahuan, ekonomi, hukum, sosial, dan politik. Kedua, mereka yang berposisi sebagai pemuka agama memiliki pengikut dan pengaruh yang luas di tengah-tengah masyarakat, hal itu menyebabkan elit agama diperhitungkan dalam pengambilan keputusan bersama. Ketiga, elit agama sesungguhnya merasa mengemban misi dalam hal ini memerlukan dukungan penguasa baik yang bersifat

²⁸Hilmi. "Pemikiran Politik Islam tentang Hubungan Eksekutif dan Legislatif", *Jurnal Media Akademika*, Vol. 19, No 2 (April, 2004) hlm 120.

material maupun immaterial. Keempat, elit agama juga berfungsi sebagai kekuatan yang dapat memberikan legitimasi terhadap keputusan-keputusan dan bahkan juga keberadaan penguasa. Kelima, dari sisi sejarah, elit agama memiliki sejarah keterlibatan politik yang cukup panjang dan penting dalam membangun bangsa Indonesia.

H. Sistematika Pembahasan

Agar pembahasan ini dapat dibaca secara mudah dan dapat dipahami, maka kajian ini perlu disusun secara sistematis sehingga tidak terjadi kerancuan. Sistematika dalam penulisan ini terdiri dari empat bagian yaitu:

BAB I merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang masalah. Batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan teori, yang terdiri dari kajian tentang pengertian persepsi, pengertian perbandingan, pengertian komunikasi politik, dan pengertian ulama.

BAB III pada bab ini penulis membahas tentang gambaran umum Fakultas Dakwah dan Komunikasi serta Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.

BAB IV merupakan fokus utama dalam penulisan ini yang berisi penelitian persepsi mahasiswa komunikasi penyiaran Islam terhadap komunikasi politik ulama sebagai juru kampanye di pilpres 2019, pada Ust. Haikal Hassan dan Ust.

Aminudin Ma'ruf.

BAB V adalah penutup, yang terdiri dari kesimpulan dan sara. Kesimpulan ini berupa pernyataan singkat yang merupakan jawaban atas masalah yang telah dibahas pada masing-masing bab yang sudah dibahas