

STRATEGI NAHDLATUL WATHAN DALAM MEMENANGKAN TUAN GURU BAJANG PADA PILKADA GUBERNUR NUSA TENGGARA BARAT TAHUN 2013 (STUDI KASUS: PULAU LOMBOK)

Yulia Candri Rahayu

Jurusan Magister Ilmu Pemerintahan
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Yogyakarta, Indonesia
Email: candri_r@yahoo.com

Abstrak-Nahdlatul Wathan adalah organisasi keagamaan terbesar di Provinsi Nusa Tenggara Barat yang didirikan pada tanggal 1 Maret 1955 yang bergerak di tiga bidang yaitu pendidikan, sosial dan dakwah. Transformasi evolusi NW dari gerakan sosial menjadi gerakan politik terlihat jelas ketika NW mencalonkan kader terbaiknya TGH. Zainul Majdi atau sering dipanggil Tuan Guru Bajang (TGB) menjadi gubernur NTB pada periode tahun 2008-2013 dan kembali mencalonkan diri pada periode 2013-2018. Terpilihnya TGB menjadi gubernur NTB selama dua kali priode membuktikan bahwa NW telah mengakar di NTB dan di hati masyarakat terutama bagi masyarakat di pulau Lombok yang menjadi basis dari NW. TGB adalah cucu (keturunan) dari pendiri NW yaitu TGH. Zainuddin Abdul Majid (Maulana Syeh). Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan memberikan gambaran bagaimana faktor budaya *paternalistic* masyarakat berperan dalam politik pemilihan umum untuk meraih kursi dalam kontestasi politik pemilihan kepala daerah secara langsung. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa ada tiga strategi kemenangan yang digunakan NW dalam memenangkan TGB pada pilkada NTB tahun 2013 yaitu strategi jaringan (*network*), strategi pencitraan (*image*) dan strategi kampanye. Dari ketiga strategi tersebut strategi jaringan aktor/elit dalam masyarakat (Tuan guru/kiai, tokoh masyarakat yang berpengaruh) masih sangat ampuh dalam mendulang suara, hal ini dikarenakan masyarakat NTB hampir 90 persen masih menganut budaya *paternalistic* yaitu masyarakat masih mengikuti siapa yang dipilih/didukung oleh pemimpin atau tokoh masyarakat yang mereka percayai (*patron-klien*).

Key word: Nahdaltul Wathan, Strategi Kemenangan Pilkada, Tuan Guru Bajang.

I. PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Pilkada merupakan salah satu langkah maju dalam mewujudkan demokrasi di tingkat lokal. Pemilihan kepala daerah bisa dimaknai bahwa demokrasi ditingkat nasional akan tumbuh dan

berkembang dengan mapan atau dewasa, apabila pada tingkat lokal nilai-nilai demokrasi berakar dengan baik terlebih dahulu. Seperti diungkapkan Hairus dkk dalam Lestari (2011:17), demokrasi ditingkat lokal akan bergerak kearah yang lebih baik apabila tatanan, instrumen, dan konfigurasi kearifan serta kesatuan politik lokal terlebih dahulu dibentuk.

Pemilihan Gubernur secara langsung ataupun melalui penetapan mempunyai konsekuensi masing-masing, tidak terlepas dari untung atau rugi melakukan pemilu secara langsung ataupun penetapan. Begitu pula dengan pemilihan Gubernur secara langsung yang dilakukan di Nusa Tenggara Barat (NTB) pada Tahun 2013. Pemilihan Gubernur ini dilakukan untuk kedua kalinya oleh masyarakat Nusa Tenggara Barat yang sebelumnya pernah dilakukan pada Tahun 2008 lalu. Muhammad Zainul Majdi MA (Tuan Guru Bajang) atau sering dipanggil TGB adalah Gubernur pertama NTB yang dipilih secara langsung oleh masyarakat dan menduduki kursi orang nomor satu di NTB dari Tahun 2008-2013, dan kembali mencalonkan diri menjadi Gubernur untuk masa jabatan 2013-2018. TGB adalah tokoh dari organisasi kemasyarakatan yang bernama Nahdlatul Wathan (NW). Terpilihnya TGB menjadi Gubernur NTB selain membuktikan mengakarnya Nahdlatul Wathan di NTB, juga memperlihatkan pergeseran acuan pemilih kepada tokoh muda dan tokoh nasionalis Islam (Rahayu, 2013:4).

Nahdlatul Wathan (NW) adalah organisasi kemasyarakatan yang didirikan oleh Tuan Guru Haji Zainuddin Abdul Majid atau sering dipanggil Maulana Syeh (kakek TGB) yang didirikan pada tanggal 1 Maret 1953. Nahdlatul Wathan merupakan ormas paling besar di NTB yang bergerak dalam bidang pendidikan, sosial dan dakwah. Selama puluhan Tahun sejak berdirinya, NW telah melakukan proses pencerahan umat Islam di Lombok. Nahdlatul Wathan diterima, didukung, dan menjadi tumpuan harapan hampir seluruh umat Islam di NTB pada umumnya dan umat Islam di Lombok secara khusus.

Transformasi evolusi Nahdlatul Wathan dari gerakan sosial menjadi gerakan politik semakin jelas ketika konferensi wilayah Nahdlatul Wathan secara resmi mencalonkan TGH. Muhammad Zainul Majdi (Tuan Guru Bajang) menjadi calon Pemimpin NTB pada

pilkada 2008, dengan dicalonkannya TGB menjadi Gubernur semakin memperjelas keterlibatan NW dalam ranah politik. Nahdlatul Wathan beranggapan bahwa dakwah tidak hanya lewat mendirikan madrasah dan mengajar majelis taqlim tetapi juga harus melalui politik. Oleh karena itu, Nahdlatul Wathan saat ini dikenal sebagai organisasi keagamaan, pendidikan, politik dan sosial kemasyarakatan. (Fahrurrozi, 2011).

Penelitian ini dilakukan untuk lebih memperdalam kajian penulis tentang Nahdlatul Wathan dalam politik lokal Nusa Tenggara Barat khususnya di Kabupaten Lombok Timur, karena terlebih dahulu penulis pernah meneliti tentang Pengaruh NW Terhadap Kemenangan TGB pada Pilkada 2008, dimana penelitian tersebut dilihat dari konteks jamaah yang dimiliki oleh NW, dimana masyarakat masih sangat memegang budaya *paternalistic* khususnya pada keluarga NW, dimana keturunan TGH. Zainuddin Abdul Majid (Maulana Syeh) masih sangat dihormati, disegani dan dikeramatkan karena dianggap sebagai pewaris nabi "*warasat al ambiya*" oleh masyarakat. Disamping itu, faktor kharismatik dan *geneologis* yang dimiliki oleh TGB sendiri. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan ini membahas tentang cara atau strategi yang dilakukan NW untuk memenangkan TGB pada pilkada 2013.

Sesuai dengan paparan data di atas dapat dilihat bagaimana organisasi NW berpengaruh sehingga kemenangan TGB sangat di rasakan khususnya di Kabupaten Lombok Timur baik pada pilkada 2008 ataupun 2013. Oleh sebab itu, penulis dalam hal ini ingin mengetahui lebih dalam lagi mengenai bagaimana "Strategi Nahdlatul Wathan dalam Memenangkan Tuan Guru Bajang pada Pemilihan Kepala Daerah Langsung Nusa Tenggara Barat Priode Tahun 2013".

RUMUSAN MASALAH

Bagaimana Strategi Nahdlatul Wathan dalam Memenangkan Tuan Guru Bajang pada Pemilihan Kepala Daerah Langsung Nusa Tenggara Barat Priode Tahun 2013-2018?

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Secara umum tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana potret politik dalam pelaksanaan pemilihan kepala daerah secara langsung di Provinsi Nusa Tenggara Barat tahun 2013, yang dimenangkan oleh pasangan TGB. KH. Zainul Madji dan H. Moh. Amin. Sedangkan secara khusus, penelitian ini ingin menjajagi strategi Nahdlatul Wathan dalam Memenangkan kembali Tuan Guru Bajang (TGB) pada pertarungan politik dalam pilkada langsung di NTB Tahun 2013 lalu.

Sementara manfaat dari penelitian ini mencakup manfaat secara teoritis maupun praktis.

I. Manfaat Teoritis

Manfaat dari segi teoritis diharapkan penelitian ini dapat berguna untuk menambah

khazanah pustaka yang memfokuskan penelitian di bidang Pemilihan Kepala Daerah Langsung dan dinamika yang muncul di dalamnya.

2. Manfaat Praktis

Manfaat dari segi praktis penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kualitas bagi peneliti sendiri, ataupun sebagai bahan kajian bagi pihak-pihak yang ingin mengetahui lebih dalam mengenai Pemilihan Kepala Daerah, dan juga sebagai saran ataupun masukan dalam meningkatkan kualitas pemahaman mengenai strategi dalam memenangkan Pemilihan Kepala Daerah.

KERANGKA TEORI

Strategi berasal dari bahasa Yunani "*Strategos*" (*Sratos*: militer dan pemimpin), yang berarti kepemimpinan atas pasukan, seni memimpin pasukan (Ramadhan, 2008:32). Schroder menyatakan bahwa strategi dalam politik diartikan sebagai cara yang digunakan untuk mewujudkan cita-cita politik seperti pemekaran daerah, pemberlakuan sistem desentralisasi daerah dan termasuk juga strategi politik khusus dalam upaya memenangkan pemilu serta lain sebagainya (Jusuf, 2007:15).

I. Strategi Membangun Dukungan atau Jaringan (*Network*)

Definisi jaringan sebagaimana yang dikemukakan Bardach dalam Jusuf (2007:18) adalah suatu kelompok hubungan kerja yang bersifat mengorganisir sendiri diantara berbagai aktor yang sedemikian rupa, sehingga hubungan jenis apapun mempunyai potensi untuk mendatangkan aksi dan kemudian mengkomunikasikan informasi dengan cara efisien. Bagi Bardach sendiri jaringan yang ia maksud bukan sekedar pada subyek atau orang-orang belaka tetapi juga yang penting adalah pada peran-peran yang mereka mainkan. Jaringan yang dimaksud Bardach bukanlah jaringan tunggal melainkan jaringan yang dapat menghubungkan kumpulan individu yang sama. Dalam banyak komunitas, jaringan akan tersusun dari individu-individu atau agen-agen yang sama, memberi atau menerima.

Jaringan yang sudah terbentuk sendiri dapat mendatangkan manfaat yang diinginkan apabila dikelola dengan baik. Menurut Wilward dan Provan dalam Ramadhan (2008) terdapat dua dimensi jaringan, yaitu dimensi vertikal dan dimensi horizontal. Dimensi vertikal terdiri dari usaha-usaha untuk mengelola suatu kumpulan hubungan pimpinan agen yang kompleks antara berbagai pemerintah, sebagai pemberi dana, dan organisasi lokal yang melakukan perjanjian untuk memenuhi syarat pelayanan aktual. Sedangkan dimensi horizontal melibatkan usaha-usah untuk mengorganisasikan sekumpulan organisasi yang terlibat dalam pemberian berbagai pelayanan kepada individu.

Klijn dalam Ramadhan (2008) membangun jaringan merupakan sebuah interaksi (relasi) antar aktor untuk

bertukar informasi, tujuan, dan sumber daya. Lebih lanjut menurut Klijn jaringan yang dibangun merupakan arena saling ketergantungan yang direalisasikan dengan aksi kolektif, memfasilitasi dan membagi insentif untuk berinteraksi.

Secara singkat dapat disimpulkan bahwa pemicu terbentuknya suatu jaringan adalah informasi dan kepentingan. Pada suatu masyarakat yang sangat kental ikatan primodiana, maka hubungan sosial yang berpegang pada prinsip “*patron-klien*” tidak dapat dielakkan. Pola hubungan tidak hanya terjadi pada struktur formal tetapi terjadi juga pada struktur informal, seperti dalam organisasi-organisasi sosial seperti organisasi kemasyarakatan, organisasi keagamaan dan lain sebagainya dibentuk dengan aturan-aturan formal, namun hubungan sosial yang terjalin diantara mereka memiliki celah bagi terbangunnya hubungan *patron-klien* baik diantara para anggota maupun diantara tingkatan organisasi sosial itu sendiri (Jusuf, 2007:16).

2. Strategi Pencitraan Politik (*politik image*)

Tujuan utama dari strategi pencitraan politik untuk membentuk citra kandidat yang baik bagi khalayak, publik atau calon pemilih. Citra dapat terbentuk melalui informasi yang diterima pemilih baik secara langsung maupun tidak langsung atau melalui perantara. Firmanzah (2012) mengatakan bahwa setiap partai politik atau kandidat membutuhkan “*image*” untuk membedakan satu partai politik tertentu dengan partai politik lainnya begitupun dengan individu. Selain itu *image* (citra) juga berkaitan erat dengan identitas.

3. Strategi Kampanye

Kampanye dalam kamus besar Bahasa Indonesia pada dasarnya adalah penyampaian informasi yang berupa visi, misi dan pandangan, rencana ataupun program seseorang atau organisasi tertentu dengan maksud untuk mempengaruhi orang atau masyarakat yang diberi informasi untuk mengerti dan selanjutnya dapat memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung kepada orang atau organisasi yang mencetuskan visi, misi dan pandangan rencana ataupun program yang disampaikan.

Lilleker dan Negerine dalam Firmanzah (2012) adalah priode yang diberikan oleh panitia pemilu kepada semua kontestan, baik partai politik atau perorangan, untuk memaparkan program-program kerja dan mempengaruhi opini publik sekaligus memobilisasi masyarakat agar memberikan suara kepada mereka sewaktu pencoblosan. Kampanye dalam hal ini dilihat sebagai suatu aktivitas pengumpulan massa, parade, orasi politik, pemasangan atribut partai (spanduk, poster dll) dan pengiklanan partai.

Kampanye politik adalah suatu proses komunikasi politik, dimana partai politik atau kontestan individu berusaha mengkomunikasikan ideologi ataupun

program kerja yang mereka tawarkan. Tidak hanya itu, komunikasi politik juga mengkomunikasikan intensi dan motivasi partai politik atau kontestan individu dalam memperbaiki kondisi masyarakat. Partai-partai politik berusaha membentuk *image* bahwa partai merekalah yang paling peduli atas permasalahan bangsa. Hal ini dilakukan melalui serangkaian aktivitas harian partai. Semua hal yang dilakukan merupakan informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat. Norrison dalam Firmanzah (2012).

II.2.2 Organisasi Kemasyarakatan

Organisasi kemasyarakatan dalam bahasa Inggris meliputi beberapa istilah yaitu *voluntary agencies/organizations, non-government organizations (NGO), private voluntary organizations (PVO), community (development) organizations, sosial actions groups, non-party group, micro or people’s movement*. Sedangkan di Indonesia disebut dengan organisasi kemasyarakatan (ormas) yaitu istilah yang digunakan untuk bentuk organisasi berbasis massa yang tidak bertujuan politis. Bentuk organisasi ini digunakan sebagai lawan dari istilah partai politik (Rahayu, 2013)

Arbi Sanit dalam bafadal (2011) mengatakan dalam dukungan terhadap partai politik, kelompok kepentingan (ormas) dapat memainkan tiga peran, yaitu:

1. Menghimpun anggota masyarakat sebagai pendukung
2. Penyedia calon pemimpin dan pejabat bagi partai atau pemerintah
3. Sebagai penghubung partai atau pemerintah terhadap masyarakat.

II.2.4 Pemilihan Kepala Daerah Langsung (Pilkada)

Pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah secara langsung berarti mengembalikan kedaulatan ke tangan rakyat dan diharapkan pemilihan langsung ini menciptakan suasana politik lokal yang berorientasi terhadap input dari rakyat dalam merumuskan kebijakan publik. Terpenuhinya tuntutan maupun dukungan rakyat maka akan tercipta kesejahteraan masyarakat. Secara pengertian positif, pilkada langsung sebagai sarana demokrasi memberikan peluang bagi lahirnya penguatan demokratisasi lokal yang tengah berlangsung dalam pemerintahan di daerah. Schumpel dalam Bisri (2006:25) mengatakan, proses demokratisasi lokal itu terjadi manakala di daerah lahir perangkat atau pranata politik, yang memungkinkan terciptanya tiga situasi, yaitu: *political equality, local accountability* dan *local respon*.

II. METODE PENELITIAN

JENIS PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif eksploratif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif ini mengutamakan kualitas

analisis serta interpretasi dari realitas sosial yang menggambarkan sedemikian rupa berdasarkan data nonstatistik. Secara fundamental penelitian kualitatif tergantung pada pengamatan manusia terhadap obyek dan berhubungan dengan orang-orang dengan bahasanya serta peristiliahannya yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Moelong:2004).

Sedangkan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan cara pertama, wawancara. Dalam penelitian ini wawancara ditujukan pada organisasi terkait dan tim sukses kemenangan TGB pada pilkada 2013 seperti yang tercantum dalam unit analisa yaitu Nahdlatul Wathan sebagai organisasi keagamaan yang sekaligus tempat TGB menjabat sebagai PB NW.

Adapun wawancara dalam penelitian ini akan dilakukan kepada:

1. TGH. Muhammad Zainul Majdi (Tuan Guru Bajang) sebagai ketua pengurus besar (PB) Nahdlatul Wathan.
2. Tuan Guru Yusuf Ma'mun yang menjabat sebagai ketua Dewan Mustasyar Nahdlatul Wathan.
3. Ketua tim sukses Nahdlatul Wathan
4. Ketua tim sukses TGB center
5. Wakil-wakil tim sukses TGB center di setiap wilayah di pulau Lombok

Kedua, dokumentasi yaitu mengumpulkan data dengan cara mempelajari dan memanfaatkan buku, dokumen, literatur, catatan yang dimiliki oleh pihak yang terkait dengan penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dua dari empat pasangan calon kepala daerah yaitu nomer urut satu dan nomer urut empat adalah tokoh agama (kiai/tuan guru) yang mempunyai basis massa di wilayah masing-masing. Organisasi NW merupakan modal dasar (*basic capital*) pencalonan TGB menjadi gubernur karena TGB didukung oleh para tokoh NW di seluruh NTB khususnya tokoh-tokoh di pulau Lombok.

Dengan perolehan suara tertinggi yang didapatkan oleh kedua tokoh agama tersebut, hal ini membuktikan bahwa NW sudah mengakar di NTB dan juga memperlihatkan bahwa masyarakat masih sangat *fanatic* terhadap kiai/tuan guru.

Strategi Jaringan (*Network*)

Jaringan Aktor

1. Rapat konsolidasi organisasi Nahdlatul Wathan diselenggarakan untuk mengkokohkan solidaritas sesama anggota NW yang terdiri dari para pimpinan-pimpinan NW mulai dari tingkat provinsi sampai anak cabang. Fase ini dilakukan dengan cara komunikasi sosial dengan tokoh-tokoh Nahdlatul Wathan yang ada di setiap dusun yang tersebar di wilayah NTB. Tekad

dan kekokohan organisasi untuk mendukung TGB dalam pilkada sangat dibutuhkan karena NW merupakan modal dasar (*basic capital*) pencalonan TGB menjadi gubernur kembali.

2. Pendekatan strategis kepada para tokoh-tokoh elit dimaksudkan untuk mempermudah jangkauan terhadap masyarakat, karena dengan merangkul tokoh (elit) masyarakat terutama kiai (tuan guru) akan mempermudah dalam mengambil suara masyarakat karena pengaruh dan legitimasi yang dimiliki oleh tuan guru tersebut.

3. Tidak hanya memanfaatkan jaringan tokoh yang dimiliki internal organisasi NW tetapi juga memanfaatkan jaringan tokoh/ wakil-wakil dari lintas agama dan organisasi lain yang ada di TGB center. Di TGB center tidak hanya menempatkan tokoh-tokoh Muslim tetapi juga tokoh-tokoh non-Muslim sehingga mempermudah jangkauan tim sukses dalam mempromosikan pasangan TGB-Amin dengan cara menghadiri acara-acara yang diadakan oleh kelompok strategis lain yang diadakan. Sedangkan strategi untuk menarik hati masyarakat di luar Nahdlatul Wathan adalah dengan mengajak para pemimpin mereka untuk ikut berkampanye seperti menggandeng Kia Hasyim Muzadi dari NU.

4. Mengunjungi masyarakat dari rumah ke rumah (*door to door*) dan wilayah ke wilayah untuk dapat mengambil hati masyarakat dengan cara mengatur strategi tokoh yang disegani di masyarakat tersebut yang akan berbicara supaya di dengarkan.

5. Meminta TGB dan para tokoh agama (tuan guru) untuk menyelenggarakan pengajian (tausyiah), dan disela-sela pengajian itu tim sukses menyampaikan visi, misi dan program pasangan TGB-Amin untuk lima tahun kedepan

Jaringan Komunikasi

1. Memperluas jangkauan jaringan pendukung utama yaitu Nahdlatul Wathan. Pada fase ini dilakukan dengan cara melakukan komunikasi sosial dengan mengaktifkan struktur organisasi, NW memiliki pengurus-pengurus mulai dari PBNW, PWNW, PCNW, PACNW, pengurus ranting hingga pengurus anak ranting (Provinsi-Dusun).

2. Memanfaatkan tiga bidang yang dimiliki oleh NW yaitu pendidikan (pondok pesantren), sosial dan dakwah.

3. Memanfaatkan momen-momen besar seperti hari ulang tahun (Hultah) NW karena pada momen ini banyak masyarakat yang berkumpul untuk menghadiri acara tersebut.

4.Strategi membangun dukungan partai politik dan konstituennya dilakukan oleh Nahdlatul Wathan dan TGB center adalah dengan memanfaatkan dukungan warga Nahdlatul Wathan (*parton-klien*) di antara tokoh masyarakat yang tergabung menjadi konstituen pengusung pasangan TGB-Amin melalui ketokohan/figur yang mempunyai pengaruh dimasyarakat dan secara intensif terus melakukan komunikasi, salah satunya adalah dengan melakukan dakwah di setiap daerah yang ada di provinsi NTB.

Strategi diatas diterapkan melalui dua teknik. Pertama, cara modern yaitu melalui publikasi media massa (cetak-elektronik) atupun sosialisasi yang intensif. Kedua, cara tradisional yaitu bercerita atau melakukan ceramah tentang calon pasangan TGB-Amin beserta visi misi dan program kerjanya yang akan dilaksanakan jika terpilih kembali. Intinya, dari semua strategi yang diterapkan tim pemenangan senantiasa menyesuaikan dengan kondisi dan pola pikir masyarakat sehingga apa yang diinginkan bisa berjalan secara maksimal dan tepat sasaran sesuai dengan apa yang diharapkan.

2.Strategi Pencitraan (*Image*)

Strategi Pesan

1.“Lanjutkan” Kepemimpinan

Sudah menjadi fakta di Indonesia bahwa apabila pasangan baru terpilih, jarang sekali pasangan baru tersebut mau mengikuti/melanjutkan program baik yang dimiliki pendahulunya” oleh sebab itu dibutuhkan orang yang sama untuk melanjutkan program yang sudah ada sehingga tidak mulai dari awal lagi.

3. Pencitraan yang dilakukan oleh tim sukses Nahdlatul Wathan dan TGB Center kebanyakan adalah promosi yang bersifat *fanatisme*, yaitu TGB digambarkan sebagai pemimpin yang handal, ini terbukti ia mampu memimpin organisasi terbesar di NTB dan menjadikan orgaisasi tersebut berkembang dengan pesat. Selain itu, TGB mampu memimpin pemerintahan terlihat dari kapasitasnya seperti tokoh muda, gagah, energik, cerdas dan mempunyai ilmu pengetahuan (intelektual) yang tinggi.

4 Melakukan kontra isu dengan menanggapi upaya demarketin competitor dan memperkuat posisi pasangan calon. Ini dilakukan untuk membendung pembunuhan karakter serta menanggulangi terjadinya kampanye hitam terhadap pasangan calon oleh calon dan tim sukses pasangan lain. Metode yang ditempuh dalam proses ini adalah mengklarifikasi opini-opini yang kontroversial dan simpang siur di masyarakat. Caranya adalah dengan meluruskan isu-isu miring sambil melakukan pembenaran sehingga publik dapat mengetahui opini yang benar.

Straregi Media

1.Menyiarkan ceramah dan pengajian-pengajian yang dilakukan oleh TGB kepada masyarakat NW ataupun saat berkunjung ke masyarakat melalui radio, televisi dan memuatnya di koran-koran lokal se-NTB.

2.Menyebarkan kegiatan-kegiatan atau foto-foto yang dilakukan TGB melalui media sosial seperti facebook, twitter, instagram dan media sosial lainnya.

3.Menyebarkan informasi mengenai keberadaan TGB dan kegiatan yang dilakukan TGB pada saat itu, sehingga masyarakat tahu bahwa pemimpin yang dipilihnya melakukan kewajibannya sebagai seorang pemimpin.

Pada tahap implementasinya, pencitraan calon dilakukan dengan komunikasi yang baik, santun dan beretika. Artinya tim sukses berupaya menyampaikan visi-mis maupun program kerja calon melalui teknik komunikasi sosial dan komunikasi politik. Komunikasi sosial dipakai ketika berkomunikasi dengan tokoh masyarakat atau anggota masyarakat pada umumnya, lalu disesuaikan dengan tngkat pemahaman mereka. Jadi tim sukses sebisa mungkin menggunakan bahasa yang sederhana supaya pesan yang disampaikan mudah dicerna sehingga diterima oleh masyarakat. Sedangkan komunikasi politik digunakan saat berkomunikasi dengan tokoh partai, intelektual, tokoh pemuda, maupun *stakeholder* lain.

Strategi Kampanye

1.Strategi yang digunakan oleh tim sukses pada saat kampanye adalah, pertama, menentukan situasi, dengan cara ini dapat diketahui kekuatan basis suara di masing-masing wilayah pemilihan di NTB. Disamping itu, dapat juga mengetahui organisasi-organisasi pendukung dan bukan pendukung. Dengan begitu dapat diketahui wilayah basis dan bukan basis.

2.Mengkomunikasikan visi, misi maupun program kerja calon pasangan TGB-Amin melalui teknik komunikasi sosial dan komunikasi politik. Tidak hanya melakukan kampanye di tempat terbuka tetapi tim sukses juga sering melakukan rapat tertutup atau kampanye tertutup yang dilakukan pesantren, sekolah dan lain-lain.

KESIMPULAN

Dari ketiga strategi kemenangan yang digunakan oleh tim sukses dari Nahdlatul Wathan strategi jaringan actor dan strategi komunikasi merupakan strategi yang paling ampuh untuk mendulang suara karena factor budaya paternalistic yang di miliki oleh masyarakat NTB. Bagi masyarakat NTB pemimpin (tuan guru/kiai, tokoh masyarakat) adalah orang yang harus dihormati dan

diikuti ucapannya sehingga bisa dikatakan system patron –klien di NTB masih sangat kental.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bisri. A. Zaini. *Pilkada Langsung Problem dan Prospek (Sketsa Singkat Perjalanan Pilkada 2005)*, Pustaka Pelajar, 2006
- [2] Fauzan. *Gerakan Islamisasi Nahdatul Wathan (NW) di Lombok Nusa Tenggara Barat (1934-1990)*, Fikrah, 2002
- [3] Firmanzah, *Marketing Politik, Antara Pemahaman dan Realitas*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2012.
- [4] Nadir, Ahmad. *Pilkada Langsung dan Masa Depan Demokrasi (Studi Atas Artikulasi Politik Nahdliyyin dan Dinamika Politik dalam Pilkada Langsung di Kabupaten Gresik Jawa Timur)*. Averroes Press, Malang, 2005.
- [5] Sayuti, Soluhun Dulah. *Komunikasi Pemasaran Politik*, Bandung, PT Rosdakarya, 2014.