

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tahun 2014 digembar-gemborkan sebagai tahun politik dan juga sebagai tahun pesta demokrasi bagi negara Indonesia. Hal ini banyak menggugah para politisi untuk ikut berpartisipasi menyemarakkan pesta tersebut dengan menjadi kandidat mulai tingkat pusat sampai tingkat daerah yang sudah siap untuk bertarung. Setiap daerah seakan melahirkan kandidat yang mengklaim dirinya paling tepat menjadi pemimpin.

Oleh karena itu, pemilu legislatif 2014 menjadi persaingan yang sangat sengit dari masing-masing calon. Apalagi dengan adanya peraturan persaingan secara penuh, hal ini yang kemudian membuka pintu secara lebar dan menuntut antara masing-masing calon harus bersaing secara maksimal. Persaingan disini bukan hanya terjadi antara calon dari ektern partai, namun antara masing-masing calon dari intern partaipun harus bersaing, karena penentuan kandidat yang bisa duduk sebagai anggota DPR bukan ditentukan oleh partai sebagaimana peraturan pada tahun 2009, melainkan ditentukan oleh suara terbanyak dari salah satu calon.

Setelah memperhatikan hal tersebut, untuk mendapatkan suara paling banyak bukanlah suatu hal yang sangat mudah. Disini dibutuhkan sebuah strategi yang sangat matang sebagai senjata ampuh untuk mencampai sebuah kemenangan. Yang tidak kalah pentingnya adalah penggunaan kampanye yang efektif dan maksimal.

Kampanye dalam Pemilu dianggap sebagai salah satu ajang berlangsungnya proses komunikasi politik yang sangat tinggi intensitasnya. Ini dikarenakan terutama dalam proses kampanye, interaksi politik berlangsung dalam tempo yang meningkat. Setiap peserta kampanye berusaha mendesain berbagai macam pesan untuk meyakinkan para pemberi suara/konstituen, bahwa kelompok atau golongannya adalah calon-calon yang paling layak untuk memenangkan kedudukan.

Namun untuk mempengaruhi publik, tidak cukup dengan mengandalkan beragamnya pesan yang di desain sedemikian rupa. Melainkan yang juga perlu diperhatikan siapa yang akan menyampaikan pesan. Untuk itu diperlukan komunikator politik yang mempunyai pengaruh besar dan bisa memobilisasi massa untuk bisa berperan aktif dalam politik.

Secara faktual, bagi masyarakat Madura terdapat komunikator politik yang tidak bisa diremehkan. Kehadirannya sebagai Opinion Leader banyak diakui dan banyak diikuti oleh masyarakat Madura. Diantara komunikator politik tersebut adalah *Blater*.

Secara kultural, peranan dan pengaruh *Blater* biasanya diperoleh karena dua hal. *Pertama*, kemampuan dalam ilmu kanuragan, ilmu bela diri, ilmu kekebalan, sikap pemberani dan jaringan anak buah yang banyak dan luas. Sukses meraih kemenangan carok dan keberhasilan dalam mencegah konflik (kekerasan) antar individu dalam masyarakat semakin memperkuat pengaruh dan sosoknya sebagai *Blater*. *Kedua*, keterlibatannya dalam dunia kriminalitas dan aksi kekerasan, baik

langsung maupun tidak langsung menjadikan *Blater* semakin “disegani”, bukan saja oleh masyarakat, tapi juga oleh aparat negara.

Blater yang sudah kembali hidup normal dalam masyarakat biasanya menjadi penengah dan mediator yang baik dalam menyelesaikan konflik antaranggota masyarakat. Itu sebabnya, ideologi sosial yang mereka bangun adalah membantu masyarakat. Dua kekuatan ini, dalam konteks pembentukan karakter masyarakat Madura, perannya sangat terasa. Tradisi *Blater*, misalnya, telah membentuk karakter masyarakat Madura yang keras dalam membela harga diri.

Sebagai kelompok elite di desa, daya tawar *Blater* cukup kuat. Keberadaan mereka sebagai orang kuat di desa seringkali “menentukan” aman tidaknya desa dari aksi pencurian, perampokan, dan pertikaian antar warga. Gerombolan penjahat akan berpikir sepuluh kali untuk mengacau sebuah desa, yang di dalamnya tinggal *Blater*. Lebih-lebih jika *Blater* tersebut tergolong *Blater* papan atas. Demikian pula, konflik-konflik sosial antar warga banyak diselesaikan melalui mediasi *Blater*. Dalam bidang bisnis pun keterlibatan *Blater* menjadi hal biasa. Untuk keamanan bisnis, tempat usaha dan perkantoran, para pengusaha tidak hanya mempercayakan kepada satpam dan aparat kepolisian, tapi juga sering *diback up* dengan menggunakan “jasa” kaum *Blater*.

Jasa *Blater* yang banyak membantu masyarakat dengan menjamin keamanan di suatu tempat dan juga dengan hadirnya *Blater* sebagai tokoh tritagonis dalam berbagai problema yang ada di masyarakat kini menjadikan kehadirannya di diakui banyak diikuti oleh masyarakat, khusus di daerah pedesaan.

Keterlibatan *Blater* dalam bidang politik juga sangat kentara. Fenomina yang paling lumrah adalah kasus pemilihan kepala desa (*pilkades*). Antara *Blater* dan arena *pilkades* bagai gula dan semut. Di mana ada *pilkades* di situ dapat dipastikan keterlibatan *Blater*. Mereka, melalui jaringan yang luas dan kuat, seringkali menjadi penentu sukses tidaknya acara *pilkades*, dan juga menjadi penentu terpilih tidaknya calon kepala desa. Bahkan tidak jarang terjadi, dengan dalih keamanan dan gengsi, kepala desa justru dipilih dari kalangan *Blater*. Kepala desa terpilih pun yang tidak berasal dari kalangan *Blater* harus bisa “bergaul” dengan mereka.

Demikian pula dalam kasus *pilkada* dan *pemilu*, para pentolan partai, *cabup*, *caleg* dan tim suksesnya sering menggunakan “jasa” *Blater* untuk memenangkan “pertarungan”. Konon, ketika sistem pemerintahan Madura masih berbentuk kerajaan, para raja banyak melibatkan *Blater* dalam mempertahankan atau merebut kekuasaan (Mohammad Kosim, 2007 : 5).

Kehadiran *Blater* dalam ranah politik sebagaimana kasus yang banyak terjadi di atas ternyata membawa pengaruh besar untuk meraih hati pemilih dan mengubah perilakunya. Disinilah, dari berbagai pengaruh yang dimiliki oleh komunikator tersebut terkadang dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang berkepentingan atau para calon legislatif untuk mengawal atau membawa masyarakat agar mengikuti keinginan masing masing.

Selanjutnya, untuk merebut pengaruh dari hati pemilih, *Blater* tentunya akan menggunakan langkah-langkah jitu dan jenis-jenis kampanye tertentu yang tidak menutup kemungkinan akan banyak terdapat keunikan-keunikan di dalamnya.

Mengingat hal itu, peneliti ingin menggali lebih mendalam berbagai langkah, jenis, dan sifat kampanye yang digunakan oleh Blater untuk mempengaruhi dan merubut hati pemilih. Disamping itu, menurut peneliti penelitian ini sangat menarik dilakukan ditinjau dari sisi lokalitas dan juga belum pernah diteliti secara khusus oleh para peneliti sebelumnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan penelitian ini adalah :

1. Bagaimana langkah-langkah kampanye tim sukses *Blater* untuk mempengaruhi pemilih ?
2. Apa saja jenis-jenis dan sifat-sifat kampanye yang digunakan oleh tim sukses *Blater* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana langkah-langkah kampanye tim sukses *Blater* untuk mempengaruhi pemilih ?
3. Untuk mengetahui apa saja jenis-jenis dan sifat-sifat kampanye yang digunakan oleh tim sukses *Blater* ?

1.4 Manfaat penelitian

I.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu politik, khususnya kajian mengenai kampanye politik dalam pemilihan legislatif dengan memanfaatkan Blater

sebagai komunikator kampanye politik. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan referensi bagi ilmu pengetahuan khususnya dalam disiplin ilmu politik yang memfokuskan pada kajian kampanye politik dan penelitian lebih lanjut.

I.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan salah satu pedoman atau bahan pertimbangan bagi kandidat atau partai yang ingin memanfaatkan jasa Blater sebagai tim sukses dalam pelaksanaan pemilu.