

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Politik saat ini tengah menjadi perbincangan di Indonesia. Dunia politik memiliki sejarah yang amat begitu panjang. Birokrasi pemerintahan setiap daerah memiliki ciri khas dan keunikan tersendiri. Politik sendiri sering dikaitkan dengan ajang kepemimpinan atau kekuasaan suatu daerah baik tingkat Provinsi, Kabupaten, Kecamatan, hingga tingkat Desa. Menurut data dari Kementerian Kelautan dan Perikanan Indonesia (KKP), Indonesia memiliki 16.056 pulau. Salah satu pulau tersebut adalah pulau Madura. Sebuah pulau yang terletak di sebelah timur laut Jawa Timur, tepatnya berada di utara Surabaya ini memiliki luas kurang lebih 5.168 km². Pulau Madura terdiri dari 4 Kabupaten di dalamnya yaitu Kabupaten Bangkalan, Kabupaten Sampang, Kabupaten Pamekasan, dan Kabupaten Sumenep. Dengan jumlah penduduk sebesar 4.097.393 jiwa yang tersebar di 4 kabupaten dengan 72 Kecamatan pada 961 Desa tersebut. Penduduk Madura yang terkenal dengan watak keras, tegas, dan pemberani memiliki sudut pandang berbeda dalam karakteristik kepemimpinan dengan daerah lain dalam pemerintahan.

Sangat menghormati sosok yang dituakan bagi orang Madura sudah menjadi kebiasaan yang mendarah daging, terlepas dari berbagai stigma buruk tentang sifat dan perilaku orang Madura. Kepatuhan dan rasa hormat terhadap figur yang dituakan terlihat dari satu ungkapan yang terkenal di masyarakat yaitu “*bhuppa*’, *bhabhu*’, *ghuru*, *rato*” yang memiliki arti susunan hierarki sosok yang dipatuhi. Pertama adalah *bhuppa*’ dan *bhabhu*’ bermakna bapak dan ibu atau kedua orang tua. Kedua *ghuru* yang berarti guru bisa ustadz, kiai atau ulama. Sedangkan *rato* atau *ratoh* adalah pemimpin bisa diartikan raja. Namun seiring perkembangan zaman *rato* diartikan pemimpin dalam suatu birokrasi. Sedangkan pemimpin di Madura diwarnai dengan regenerasi yang hampir sama setiap tahunnya. Dimana figur kiai sering dijadikan sebagai pemimpin. Tidak hanya itu kaum elit lainnya

juga sering terlibat dalam birokrasi politik Madura. Kaum elit tersebut adalah kaum *blatèr*.

Sampai saat ini kaum *blatèr* selalu memiliki peran aktif dan sering berkolaborasi dengan *kiai*. Istilah *blatèr* merupakan sosok orang yang dianggap kuat oleh masyarakat Madura. Kontruksi simbolik berupa kekerasan, jagoanisme, dan kekuasaan menjadi hal wajar yang identik dalam demokrasi politik di Madura. Di Madura nama *blatèr* dikenal di kabupaten Bangkalan dan Sampang. Sedangkan di sebagian wilayah Pamekasan dan Sumenep lebih dikenal dengan nama *bajèng*. *Bajèng* berperan penting dalam birokrasi di Sumenep. Dengan luas wilayah 2.093, 45 km² dengan jumlah populasi penduduk kurang lebih 1.041.915 jiwa. Seorang *bajèng* mampu mengumpulkan massa/pengikut dalam jumlah besar.

Sosok *bajèng* memiliki latar belakang yang berbeda-beda, Kharisma seorang *bajèng* ditentukan oleh person dari *bajèng* itu sendiri. *bajèng* biasanya menjadi pelindung pemimpin suatu daerah, tidak jarang juga seorang *bajèng* ikut masuk dalam hirarki birokrasi pemerintahan suatu daerah. *Bajèng* yang selalu dikaitkan dengan arena kekuasaan wilayah membuat ia sering digunakan oleh *klebun* untuk mengamankan desa dari serangan musuh dan maling. Tidak jarang juga *bajèng* lebih berkontribusi terhadap penyelesaian masalah pada desa dari pada *klebun* sendiri.

Bajèng juga lebih dikenal dengan istilah *preman*. Media komunikasi antar *bajèng* yang paling terkenal adalah *rèmoh*. Melalui forum hiburan tradisional ini, *bajèng* membangun relasi dengan sesama kaum elit desa untuk saling menunjukkan kelebihan yang dimiliki masing-masing. *Rèmoh* merupakan sebuah ruang bagi seorang *bajèng* dalam menaikkan status sosial “kekuatan dan kekuasaan” dan *the trust* dari kalangan *bajèng* lain. *Rèmoh* awalnya merupakan budaya untuk mempererat tali *sillaturahmi* diantara individu dalam keluarga. Namun seiring berjalannya waktu menjadi media penghubung sesama *bajèng* dan kaum elit desa hingga saat ini.

Pertukaran informasi terjadi dalam *rèmoh*, bajèng biasanya membicarakan masalah-masalah kriminalitas yang ada di daerah kekuasaan mereka beserta petinggi desa. Tindakan kriminalitas dianggap sebagai hal yang wajar di dunia bajèng. Semakin sedikit tindakan kriminalitas yang terjadi pada daerah kekuasaan bajèng tersebut, maka *positioning* bajèng akan semakin disegani dan ditakuti. *Positioning* seorang bajèng selalu mempunyai ruang tersendiri pada masyarakat Madura. Masuknya kultur Modernisasi di Madura tidak begitu merubah secara eksplisit dari kedudukan bajèng dalam masyarakat khususnya dalam kepemimpinan di Madura. Seorang bajèng juga sering dijadikan sebagai Pemimpin Desa.

Kepemimpinan dan Politik memang sering di identikan dengan kekuasaan, bahkan politik sangat kental dengan gambaran suatu kegiatan yang ber-arah pada bagaimana cara memperoleh dan mempertahankan kekuasaan di masyarakat. Sebagai seorang elit desa yang memiliki kekuasaan dan peran aktif dalam politik desa. Seorang pemimpin atau *ratoh* pada kultur masyarakat Madura dalam ruang lingkup geografis yang lebih khusus dinamakan Kepala Desa atau *Klebun*. Eksistensi dari kekuasaan pada kultural politik di Madura berbicara tentang bagaimana kekuasaan seorang atau kelompok diakui, dipertahankan, serta dipelihara dalam tatanan elit pemerintahan (*Govening elit*) di desa. Dimana seorang yang masuk dalam *Govening elit*, terlebih ia adalah seorang *klebun*. Maka ia akan memiliki berbagai hubungan dengan posisinya. Relasi hubungan dalam upaya memiliki dan mempertahankan kuasa dari berbagai persyaratan-persyaratan yang non formal dalam etnik budaya Madura seperti kemampuan atau kekuatan *klebun* baik secara formal maupun kultur diperhatikan secara individual.

Posisi Pemimpin Desa atau sebagai Kepala Desa dalam bahasa kamus Madura. Sebagaimana dijelaskan makna *Klebun* dalam Peraturan Daerah Kabupaten Sumenep Nomor : 18 tahun 2011 tentang pengangkatan dan pemberhentian perangkat desa pada Bab I Pasal 1 Nomor 11 yang berbunyi Pemerintah Desa adalah Kepala Desa dan perangkat desa sebagai unsur penyelenggara pemerintahan desa. Serta dijelaskan juga pada Pasal 1 Nomor 12

Kepala Desa adalah pemimpin penyelenggara Pemerintah Desa berdasarkan kebijakan yang ditetapkan bersama Badan Permusyawaratan Desa.

Sebanyak 27 Kecamatan dan 332 Desa/Kelurahan yang tersebar di Kabupaten Sumenep. Salah satu Desa yang berada pada Kecamatan Batangbatang yaitu Legung Barat. Memiliki seorang kepala desa yang memiliki latar sebagai bajèng. Peneliti ingin mengkaji dan mengetahui secara lebih dalam tentang diri partisipan. Karena untuk kategori seseorang yang sudah memiliki *history* tindak pidana kriminal yang begitu banyak, bisa lebih memiliki strata *social* yang diakui dan disegani sehingga ia bisa mampu menjadi kepala desa. Jasa apa saja yang ia berikan hingga brand atau namanya menjadi dikenal masyarakat. Pengalaman mengenai branding diri partisipan inilah yang akan peneliti angkat. Jika kita ketahui bahwa budaya atau kebiasaan dari masyarakat Jawa sendiri lebih menganggap buruk orang yang mempunyai riwayat kriminal. Sehingga kecil berkemungkinan untuk masuk dalam tatanan masyarakat. Meski demikian kita tidak bisa menghakimi adat dan istiadat dari suatu daerah itu sendiri. Dimana Masyarakat pribumi Madura memang memiliki suatu kebiasaan yang berbeda dari masyarakat etnik lainnya.

Fenomena unik dari kepatuhan masyarakat Madura akan pemimpin yang terjadi di Desa Legung Barat adalah suatu peristiwa langka yang dialami seorang individu dalam pengalaman dan perjalanan menjadi seorang preman, kemudian berganti menjadi kepala desa. Dalam sejarah birokrasi di Madura memang sudah menjadi hal wajar, seorang preman terlibat dalam dunia politik. Namun perlu diketahui perbedaan makna dan posisi preman di Madura berbeda dengan opini preman di luar Madura. Penelitian ini mengacu pada sosok bajèng yang menjadi *klebun*.

Badan Permusyawaratan Desa (BPD) Legung Barat Kecamatan Batangbatang Kabupaten Sumenep Periode 2013-2019 memiliki regenerasi kepemimpinan yang jauh berbeda dari periode sebelumnya. Dimana periode

sebelumnya dipimpin oleh orang yang sama dalam beberapa periode yang berasal dari golongan *ghuru'* (guru, ustad, ulama, dan kiai).

Perbedaan itu menjadi sebuah fenomena bagaimana cara partisipan mampu dipilih dan mem-branding dirinya sebagai *great leader* dengan memiliki latar belakang masa lalu sebagai *bajèng*. Melalui jalan apa saja yang ia tempuh agar Partisipan mampu mengubur identitas *bajèng*. Menjadi seorang *great leader* tidaklah mudah, butuh karakter diri, kompetensi diri, dan kekuatan diri dalam melakukan branding kepemimpinan terhadap dirinya agar *society* patuh dan tunduk dibawah kepemimpinannya. Dimana seorang pemimpin akan dihadapkan dengan persoalan-persoalan yang jauh berbeda dengan persoalan saat ia menjadi *bajèng*. Mewujudkan impian dan harapan rakyat dalam masa kepemimpinan selama kurun waktu 7 tahun. Keunikan diri seorang *personal* dalam suatu *brand* merupakan hal penting. Dimana keunikan seperti ciri khas dari individu ditonjolkan guna mempermudah membentuk persepsi masyarakat terhadapnya.

Saat ini *branding* tidak hanya digunakan dalam mempromosikan barang dan jasa saja. Branding juga bisa digunakan dalam melakukan komunikasi politik untuk memasarkan citra seseorang. Membranding diri dibutuhkan seseorang yang akan dan ingin terjun menjadi seorang penguasa maupun pemimpin. Gambaran budaya dan adat istiadat masyarakat juga perlu dipelajari guna mengerti apa saja yang dibutuhkan dalam perencanaan sebuah *personal brand*. Saat adat istiadat dan kebiasaan suatu masyarakat telah diketahui dengan baik tentu membranding diri akan lebih mudah dan cepat tercapai. Berbagai cara dalam melakukan *personal branding* dapat dilakukan seseorang untuk mendapatkan kepercayaan dari orang lain mengenai pribadinya. Tidak hanya dilihat dari tampilan fisik, melainkan juga dapat dilihat dari cara seorang berkomunikasi, memimpin, memberi motivasi, bentuk aksi-aksi, hingga faktor internal dan eksternal lain yang dilakukan oleh pelaku *personal branding* untuk mendapatkan kepercayaan atas apa yang telah dilakukan. Seperti dipaparkan dalam studi perspektif komunikasi, interaksi bukanlah suatu kegiatan yang berada diruang hampa, akan tetapi lebih berkaitan dengan pesan baik verbal, non verbal maupun simbolik. (Mulyana, 2007 : 125).

Dari latar belakang di atas diketahui bahwa sebagai seorang bajèng dihadapkan dengan tantangan untuk menjadi pemimpin Desa Legung Barat. Penyesuaian karakter diri dari seorang bajèng ke *klebun*, serta kompetensi dan kekuatan diri dalam kepemimpinan. Bagaimana *brand* dari jagoanisme ksatria madura lokal ini membius masyarakat lokal untuk terus tunduk patuh dalam pemerintahannya. Fakta bahwa masyarakat madura masih terjebak dalam dinamika politik dari *rato* adalah hal unik. Dimana makna *rato* sudah bergeser dari makna awal yaitu raja menjadi pemimpin yang bisa dikaitkan dalam penelitian ini sebagai *klebun*.

Di era modernisasi sekarang masyarakat pribumi masih sangat patuh terhadap penguasa dan pemimpin. Sehingga apabila terdapat satu orang yang sekaligus memiliki dua komponen penting dalam dunia politik Madura, akan sangat berbahaya. Sehingga posisi sebagai seorang pemimpin sekaligus penguasa wilayah sering menjadi ajang perebutan. Meski masyarakat patuh tidak menutup kemungkinan problematika sang bajèng menghadapi rakyat yang dipimpin berjalan mulus tanpa kontroversi. Tentu sang bajèng akan melakukan branding terhadap dirinya agar seluruh elemen masyarakat menerima dan mendukung secara penuh.

Dinamika Kharisma bajèng dan *klebun* yang berkolaborasi dalam hirarki politik di Desa Legung Barat serta adat istiadat dalam ungkapan masyarakat Madura tentang kepatuhan terhadap pemimpin merupakan suatu fenomena. Dimana fenomena tersebut diteliti lebih dalam kedalam sebuah studi fenomenologi yang dikaitkan dengan kajian keilmuan dalam bidang komunikasi. Hal tersebut menjadi daya tarik luar biasa bagi peneliti untuk mengkaji tentang personal branding partisipan dalam menjadi *klebun*. Melalui fenomena ini peneliti ingin mengetahui bagaimana pengalaman dalam membranding diri dari bajèng ke *klebun* di Desa Legung Barat. Melalui jalan apa yang ia pergunakan dalam mengubah *image* dirinya serta apa motif terdalam dari diri partisipan dalam melakukan *personal branding* tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut, dapat dirumuskan permasalahan yaitu “Bagaimana pengalaman membranding diri dari bajèng menjadi *klebun* di Desa Legung Barat Kec. Batang-batang Kab. Sumenep ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berangkat dari rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin peneliti capai adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi secara mendalam dan menganalisa secara teoritis bagaimana pengalaman seorang bajèng meraih posisi sebagai *klebun* kembali dalam membangun kepercayaan, mengubah persepsi tentang dirinya (*branding*) dari masyarakat untuk menjadi figur Kepala Desa, serta mengetahui motif membranding diri menjadi *klebun* di Desa Legung Barat Kec. Batang-batang Kab. Sumenep.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat penelitian ini dari segi teoritis merupakan kegiatan dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi dan kajian penelitian fenomenologi tentang pengalaman seseorang dari bajèngan menjadi *klebun* dalam kultur *society* pribumi madura.
2. Manfaat penelitian ini jika dilihat dari segi praktis adalah diharapkan hasil penelitian ini mampu menggambarkan secara lengkap tentang bagaimana pengalaman seorang yang memiliki latar belakang kurang baik dalam meraih jabatan sebagai pemimpin desa. Dimana *branding* figur kepemimpinannya menjadi tolak ukur kepercayaan masyarakat untuk memilih dan menjadikan seseorang sebagai kepala Desa. Pokok bahasan dari pengalaman membranding diri menjadi *klebun*, dikaji dalam teori *personal branding* yang diterapkan pada 2 (dua) periode pemilihan Kepala Desa. Sehingga penelitian ini mampu menjadi sumber referensi bagi individu yang berencana untuk melakukan branding dalam dunia politik di Madura khususnya menjadi seorang elit desa