

ANALISIS STRATEGI KONTRA ISU: STUDI KASUS TIM MEDIA AIRIN RACHMI DIANY-BENYAMIN DAVNIE DALAM PILKADA KOTA TANGERANG SELATAN TAHUN 2015

Syifa Maulidina*), Sonny

Mahasiswa FISIP UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta

*)*email: syifamaulidina19@gmail.com*

Paper Accepted: 25 Februari 2017
Paper Reviewed: 1-10 Maret 2017
Paper Revised: 11-30 Maret 2017
Paper Edited: 1-15 April 2017
Paper Approved: 25 April 2017

ABSTRAK

Dalam pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Kota Tangerang Selatan (Tangsel) tahun 2015 telah terjadi persaingan yang begitu ketat. Tim media Airin-Benyamin dianggap berhasil melakukan kontra isu selama pelaksanaan Pilkada Kota Tangerang Selatan 2015. Bagaimana tim sukses pasangan tersebut bisa mengimplementasikan isu kontra? dan isu-isu negatif apa saja yang ditujukan pada pasangan petahana tersebut?. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, dengan jenis studi kasus intrinsik (*intrinsic case study*). Untuk paradigma yang dipakai adalah paradigma konstruktivisme, dimana teori utama penelitian ini adalah teori propaganda. Dalam politik, strategi kontra isu mempunyai peran penting, merujuk pada usaha persuasif dengan maksud guna mengontrol opini publik untuk menciptakan citra positif. Dari penelitian ini ditemukan fakta, bahwa Tim Media pasangan Airin-Benyamin melakukan propaganda melalui *Facebook* dan *Twitter* untuk menyisir pemilih yang di kawasan perumahan yang sulit menerapkan strategi tatap muka. Tim media pasangan ini menilai bahwa *Facebook* dan *Twitter* sudah menjadi gaya hidup. Jika dikelompokkan, maka isu negatif yang ditujukan pada pasangan ini seputar isu korupsi, politik dinasti, penyalahgunaan wewenang, netralitas PNS. Namun yang sangat tren adalah isu korupsi. Tim media pasangan Airin-Benyamin memilih menggunakan strategi pendiaman isu dan defensif (bertahan). Strategi ofensif baru dilakukan dengan menggunakan tema-tema aktual, dan menciptakan isu yang bobotnya sebanding dengan isu negatif yang digulirkan lawan politik. Kesimpulannya, kemenangan pasangan Airin-Benyamin pada Pilkada Kota Tangerang Selatan 2015 tidak luput dari kerja-kerja tim media. Saat ini, dalam politik, khususnya perhelatan pilkada, *Facebook* dan *Twitter* menjadi *genre* tersendiri, khususnya cukup efektif untuk menasar pemilih pemula.

Kata Kunci: Pilkada Tangerang Selatan, Airin-Benyamin, Propaganda, Kontra Isu

PENDAHULUAN

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Kota Tangerang Selatan (Tangsel) berlangsung pada 9 Desember 2015, yang telah memenangkan pasangan petahana Airin Rachmi Diany-Benyamin Davnie. Pelaksanaan Pilkada Tangsel medio tersebut, cukup menarik diamati, karena tim sukses memanfaatkan secara maksimal penggunaan media untuk menyampaikan pesan-

pesan kandidatnya untuk merebut *vote getter*. Berbeda dengan Pilkada Tangsel pertama tahun 2010, yang dianggap masih sangat tradisional, penggunaan media belum terlalu signifikan.

Dengan keterbukaan informasi, khususnya keberadaan sosial media (*facebook & twitter*), membuka ruang kampanye negatif begitu besar. Isu negatif justru lebih dominan terkuat ke publik dibanding visi misi dari para calon.

Seperti yang dilakukan pasangan Ihsan Modjo-Li Claudia yang merupakan lawan dari pasangan Airin-Benyamin, justru banyak menyinggung isu-isu masalah pendidikan dan kemiskinan.

Pasangan Ihsan-Li Claudia menuding bahwa dua masalah tersebut merupakan persoalan yang belum terselesaikan dari pasangan Airin-Benyamin. Bahkan secara terkadang secara terbuka, pasangan Ihsan-Li Claudia menyinggung isu korupsi. Sebagaimana diketahui, sosok Airin sangat tepat menjadi sasaran tembak isu korupsi, lantaran suaminya, TB Chaeri Wardhana (Wawan) dan iparnya Ratu Atut Chosiyah yang menjabat Gubernur Banten, kala itu sedang menjalani proses hukum kasus suap Ketua Mahkamah Konstitusi (MK) Akil Mochtar oleh Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK).

Tim Media Airin-Benyamin, langsung melayangkan kontra isu dengan menyebutkan bahwa persoalan tingkat pendidikan masyarakat Tangsel yang masih rendah dan kemiskinan di Kota Tangsel sudah berkurang signifikan. Teknik yang diterapkan oleh tim media Airin-Benyamin disebut dengan teknik propaganda *bandwagon*, dimana ketika lawan politik menerbitkan propaganda kritik kinerja pasangan Airin-Benyamin, sebaliknya tim media Airin-Benyamin menebarkan kesuksesan dari kinerja pasangan tersebut, dalam objek isu yang sama.

Sekadar diketahui, bahwa dalam Pilkada Kota Tangsel 2015, ada tiga pasangan calon yang bersaing. Ihsan Modjo-Li Claudia, Arsid-Elvier Ariadiannie dan Airin Rachmi Diany-Benyamin Davnie. Airin-Benyamin diusung oleh Partai Golkar, Partai Keadilan Sejahtera, Partai Kebangkitan Bangsa, Partai Nasdem, Partai Amanat Nasional, dan Partai Persatuan Pembangunan.

The American Heritage Dictionary of English Language mendefinisikan kampanye negatif adalah: "A statement or act indicating or expressing a contradiction, denial, or refusal, a statement or act that is highly critical of another of others." Kampanye negatif berisi sebuah pernyataan atau tindakan yang menunjukkan atau mengekspresikan kontradiksi, penyangkalan, atau penolakan, pernyataan atau tindakan yang sangat kritis terhadap yang lain atau orang lain.

Meski demikian, tujuan dari kampanye negatif tersebut tetap untuk menguasai opini publik. Dalam politik, menguasai opini publik menjadi

amat penting, pasalnya opini publik tadi berkaitan dengan tujuan popularitas, elektabilitas, termasuk politik pencitraan. Penguasaan opini publik bisa menjadi alasan, alat atau bahkan mandat bersifat rasional untuk melakukan tindakan politik tertentu sejalan dengan opini yang telah diciptakan.

"Berdampingan dengan kampanye, propaganda saat ini merupakan bagian politik rutin yang normal dan dianggap bisa diterima, serta tidak hanya terbatas pada pesan-pesan yang dibuat selama perayaan politik, kampanye, krisis atau perang. Tujuan propaganda adalah membelenggu rakyat dengan segala cara untuk mencapai tujuan yang diinginkan." (Heryanto & Ade, 2010:112)

Secara etimologi propaganda berasal dari bahasa Latin "*propagare*" yang artinya mengembangkan-memekarkan. Menurut S. Sastropueta, propaganda adalah penyebaran pesan yang direncanakan secara seksama, untuk mengubah sikap, pandangan, pendapat dan tingkah laku dari penerima pesan.

Propaganda dibagi menjadi tiga bentuk:

1. *White Propaganda*. Sumber dinyatakan secara jelas, berisi substansi yang benar dan mengandung umpan balik.
2. *Grey Propaganda*. Dimana sumber yang jelas disamarkan.
3. *Black Propaganda*. Sumber dinyatakan jelas, tetapi palsu. Tujuannya adalah untuk mendiskreditkan serta membingungkan lawan.

Dalam Pilkada Kota Tangsel 2015, fenomena menarik yang menjadi kehebohan tidak sebatas berlangsung di ruang publik dan media massa (*mainstream*), tetapi juga terjadi pada media massa baru, sosial media, *Facebook & Twitter*. Dua media sosial ini, adalah jejaring sosial yang tren, karena penggunaannya sudah menyentuh masyarakat kelas menengah ke atas.

Facebook - Twitter selain mengajarkan seni menulis kepada penggunanya, juga menerapkan seni retorika, dimana setiap orang (pengguna) secara langsung menguraikan narasi dari setiap gagasan, pendapat ke ruang publik. Keberadaan sosial media juga melibatkan aktif masyarakat dalam merespon setiap kepentingannya, khususnya hak politik.

Penelitian ini selain tidak hanya untuk melihat propaganda politik tim media Airin-Benyamin secara kalkulasi komunikasi politik semata,

tetapi juga aspek strategi kontra isu di media sosial. Ade Yunus, Direktur Lembaga Kajian dan Analisa Daerah Terpadu (LKADT) mengakui, bahwa pasangan Airin-Benyamin pada saat diterpa isu korupsi dan rezim dinasti, elektabilitas pasangan *incumbent* ini sempat menurun. Sebelum diterpa isu, elektabilitasnya mencapai 41%, sedangkan setelahnya turun menjadi 37,17%.

Yang terjadi sebaliknya, meski isu korupsi dan dinasti terus digencarkan lawan politik pasangan Airin-Benyamin, akan tetapi justru hasil penghitungan cepat yang dilakukan sejumlah lembaga survei malah memosisikan pasangan ini diatas. Seperti diuraikan Charta Politika, yang menyebut kandidat petahana menang dengan persentasi sementara perolehan suara 60,2%.

Berdasarkan *real count* Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPU) Kota Tangsel, pada 22 Januari 2016, memutuskan pasangan yang terpilih sebagai Walikota dan Wakil Walikota Tangsel periode 2016-2021 adalah Airin Rachmi Diany -Benyamin Davnie dengan perolehan suara 305.322 suara (59,62%), pasangan Ihsan Modjo-Li Claudia 42.074 suara (8,21%) dan Arsid- Elvier mendapat 164.732 suara (32,17%).

Dengan kemenangan ini, pasangan tersebut, maka strategi penangkalan isu- kontra isu yang dilakukan tim media pasangan Airin-Benyamin berhasil dan layak diteliti dalam perspektif komunikasi politik. Tim media ini berhasil memutarbalikkan fakta dengan teknik propaganda, menggunakan kontra isu.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, yaitu suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moelong, 2005: 4). Metode ini dipakai, karena data yang dibutuhkan berupa sebaran-sebaran informasi yang tidak perlu dikuantifikasikan. Jika merunut dari judul yang dibahas, pendekatan penelitian ini menggunakan studi kasus. Studi kasus adalah penelitian yang dilakukan secara intensif, terinci, dan mendalam, terhadap suatu organisasi, lembaga atau masyarakat mengenai gejala-gejala tertentu (Arikunto, 2002: 14).

Jenis studi kasus dalam penelitian ini adalah studi kasus intrinsik (*intrinsic case study*). Jenis ini dipilih karena peneliti ingin lebih memahami sebuah kasus tertentu. Jenis ini ditempuh bukan karena suatu kasus mewakili kasus-kasus lain, atau karena menggambarkan sifat atau problem tertentu. Akan tetapi karena dalam seluruh aspek kekhususan dan kesederhanannya, kasus itu sendiri menarik minat (Stake, dalam Norman & Yvonna, 2009: 301).

Yang terpenting dalam penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan studi kasus adalah bagaimana membongkar kasus dan mengonseptualisasi objek penelitian, memilih fenomena (gejala), menentukan tema-tema atau isu-isu yang menjadi fokus pertanyaan riset, melacak pola-pola data untuk memperkaya isu-isu dalam penelitian, menghadirkan beberapa alternatif penafsiran, dan merumuskan pernyataan sikap atau generalisasi tentang kasus (Stake: 313).

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma yang sering disebut sebagai paradigma produksi dan pertukaran makna. Alasan menggunakan paradigma ini adalah karena dari penelitian ini diharapkan ditemukan bagaimana peristiwa Pilkada Kota Tangsel 2015, dikonstruksi dan dengan cara apa konstruksi itu dibentuk. Paradigma merupakan perspektif peneliti yang digunakan untuk mempelajari fenomena dan menginterpretasikan temuan (Gunawan, 2013: 25).

Dalam penelitian ini, subjek penelitian adalah pasangan calon walikota-wakil walikota Tangsel Airin Rachmi Diany-Benyamin Davnie dengan objek penelitian pemberitaan media cetak, *online* dan postingan di media sosial *Facebook* dan *Twitter* yang dijadikan tim media sebagai sarana kontra isu, selama tahapan Pilkada Kota Tangsel 2015 berlangsung.

Sementara teknik pengumpulan data menggunakan metode yang bersumber dari penelitian lapangan (*field research*). Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan (Ridwan, 2004:138).

Pengumpulan data terdiri dari:

- a. Data primer, didapat dari hasil pengamatan selama kegiatan kampanye politik pasangan Airin-Benyamin (observasi) dan wawancara tim media Airin-Benyamin selama pelaksanaan

Pilkada Tangsel 2015, mengenai strategi kontra isu.

- b. Data skunder, adalah data tambahan yang berkaitan dengan topik penelitian yang didapat melalui studi dokumen yang relevan dengan fokus penelitian, sekaligus memperkaya substansi penelitian.

Untuk teknik analisis data, yang dipakai adalah analisis data kualitatif deskriptif. Analisis deskriptif untuk menjawab tentang strategi kontra isu dari tim media pasangan Airin-Benyamin pada Pilkada Kota Tangsel 2015. Semua data yang telah diperoleh kemudian diolah dengan mereduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan. Analisis data ini disebut juga pengolahan dan penafsiran data (Muhajir, 1996:104).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Media Sosial

Keberadaan media sosial ternyata efektif untuk propaganda isu selama pelaksanaan Pilkada Kota Tangsel 2015. Tim media pasangan Airin-Benyamin beranggapan bahwa penggunaan media sosial, selain bisa dimanfaatkan untuk menyisir pemilih kawasan perumahan, juga dipakai untuk menyasar pemilih pemula.

Dengan pemanfaatan media sosial, terutama kepada pemilih pemula, dengan genre yang berbeda. Kalangan pemilih pemula di Tangsel, beranggapan bahwa media sosial sudah menjadi gaya hidup. Media sosial kini menjadi sarana para penggunanya untuk mencari informasi politik.

Kenapa demikian, karena dengan media sosial, pengguna yang notabene adalah pemilih, bisa secara langsung memberikan masukan dan kritik tanpa mengikuti kampanye terbuka. Dengan media sosial, para pemilih juga mampu membandingkan visi misi antar pasangan calon, latar belakang, dan program nyata para calon. Keberadaannya, menjadi sangat penting untuk memengaruhi opini masyarakat.

Media sosial dalam komunikasi politik telah menciptakan peluang baru, perannya bukan sebatas sebagai penyampai (*transmitter*) dari pesan-pesan politik para aktor politik pada khalayak, akan tetapi media sosial juga berperan sebagai aktor politik dalam proses politik itu sendiri. Umumnya, para aktor politik harus menggunakan media guna mendapatkan dukungan dari khalayak, karena tanpa media,

bisa jadi publik tidak akan mengetahui para aktor politik yang bermain di panggung politik.

Penggunaan media sosial, di lain sisi juga dianggap sebagai cara untuk menghemat anggaran sosialisasi/kampanye kandidat, dimana masih kita temukan dalam setiap perhelatan pilkada, kampanye dilakukan secara terbuka. Padahal kampanye terbuka dianggap tidak terlalu efektif khususnya dalam hal pencitraan figur.

Media sosial tidak seperti media *mainstream*. Media sosial memberikan kesempatan kepada penggunanya untuk aktif saling berkomunikasi melalui tulisan, gambar, audio bahkan video. Media sosial membuka peluang suatu komunitas besar untuk saling terhubung secara mudah dan cepat. Atas dasar inilah maka tim media pasangan Airin-Benyamin melihatnya memakai media sosial sangat efektif untuk mendongkrak popularitas dengan harapan mendongkrak perolehan suara.

Ada persuasi politik yang penting pada penggunaan media sosial, untuk membentuk pencitraan, akseptabilitas dan elektabilitas. Bagaimanapun juga, bidang politik merupakan bidang yang membutuhkan publisitas. Inilah kenapa sampai sekarang media baru banyak dimanfaatkan dalam hal promosi politik.

Pasangan Airin-Benyamin menggunakan media sosial untuk meningkatkan popularitas dan elektabilitas. Selanjutnya untuk membangun isu-isu politik, kefiguran, menyosialisasikan program-program kerja yang merupakan *breakdown* dari misi pasangan tersebut. Tak lepas pula aksi turun ke masyarakat.

Dalam konteks propaganda dan perang wacana, penggunaan media sosial cukup efektif, selain untuk menyampaikan visi misi kandidat, penggunaan media sosial oleh tim media Airin-Benyamin dimaksudkan untuk menyisir pemilih yang tanda kutip agak sulit tersentuh langsung oleh tim sukses lapangan. Contohnya pemilih di kawasan perumahan elite. Tim media Airin-Benyamin melihat bahwa karakter masyarakat di Kota Tangsel adalah masyarakat urban, dengan demikian media sosial menjadi alternatif.

Platform media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter* memang tidak mendukung berlangsungnya percakapan panjang. Fitur yang tersedia di media sosial mengarahkan penggunanya untuk melakukan interaksi cepat dan singkat, tidak melakukan banyak hal pada saat yang sama.

Meningkatkan kecepatan dan ukuran informasi, ditambah cepat dan ringkasnya interaksi membuat media sosial lebih ramah untuk narasi sederhana atau narasi yang disederhanakan. Narasi yang disajikan secara sederhana atau disederhanakan tadi, jika dihubungkan dengan kegiatan kampanye, memiliki kemungkinan lebih cepat menyebar dan melahirkan aktivisme politik di media sosial.

Itulah sebabnya, mengapa masing-masing kandidat pasangan walikota-wakil walikota Tangsel memiliki tim media yang fokusnya pada kegiatan kampanye di media baru, demi menggalan dukungan dan membangun citra positif di mata publik. Dimana individu dan grup menghasilkan aktivisme *online* secara kolektif dan menerjemahkannya menjadi pergerakan nyata di ranah *offline* (Lim, 2006:37).

Media sosial yang berakar dari hubungan sosial dan jaringan sosial. Akibatnya, jaringan yang tercipta dalam media sosial menyerupai jaringan *offline*. Individu terkelompokkan berdasarkan usia, ketertarikan, serta kesamaan sosial dan budaya lain.

Penggunaan media sosial sebagai alat sosialisasi program kampanye tentu saja bukan jaminan bahwa para kandidat akan sukses. Melihat dari perhelatan pilkada yang sebelumnya, baik tim sukses maupun tim media memberi porsi tersendiri dalam keberhasilan si kandidat. Dalam hal ini, tim kerja adalah salah satu faktor penting dalam manajemen kampanye.

Jadi pada *event* demokrasi, tugas dari tim sukses dan tim media tidaklah mudah. Tim sukses dan media harus bisa mencari dan memanfaatkan setiap peluang yang ada. Dia harus jeli, kritis, teliti dan proaktif.

Rudy Gani, aktivis Banten Crisis Centre (BCC) yang merupakan salah satu tim media pasangan Airin-Benyamin menuturkan pendapatnya, saat di wawancara pada 27 April 2016. Ia mengatakan bahwa: “Media sosial diakui sangat efektif dalam menampilkan profil terbaik di panggung politik demi menciptakan imej kandidat. Tetapi pada intinya, kami tim media lebih ke arah bagaimana mendistribusikan informasi, merangkul teman-teman kalangan muda khususnya yang aktif menggunakan media sosial untuk membangun jaringan yang bisa mewadahi komunitas-komunitas pemuda di Tangsel. Jadi kami menyampaikan apa adanya, tidak mengurangi juga tidak menambahkan. Artinya, kami tidak mengada-ngada yang

memang tidak ada. Airin dikenal sebagai bagian keluarga yang terjerat korupsi, ya..memang seperti itu adanya, dan tidak bisa dipungkiri. Sebenarnya kami mengedukasi masyarakat agar cerdas dalam memilih, jangan kemudian mereka memilih berangkat dari kandidat yang sifatnya terus menjelek-jelekkan.”

Pendapat Rudy Gani ini kemudian menjelaskan bahwa media sosial menjadi sumber rujukan bagi calon pemilih untuk mengenali sosok kandidat. Sudah seharusnya media sosial dimanfaatkan sebagai sarana pembangkit kesadaran bersama.

Citra kandidat yang berusaha dipresentasikan, di sisi lain terkadang melampaui realitas atau *hyperreality*. Sehingga pada titik tertentu menerima realitas dengan beraneka ragam bentuk citra yang dihadapkan pada mereka, kemudian serta merta meyakini kebenaran yang diberikan atau dipresentasikan dari citranya. Dengan demikian media sosial berhasil membangun imej dengan tujuan memengaruhi perilaku politik masyarakat.

Sebuah pencitraan merupakan bagian atau salah satu model dari simulasi yang dimaksud oleh Jean Baudrillard, bahwa simulasi adalah citra tanpa referensi- suatu *simulacrum* – sebuah cara pemenuhan kebutuhan masyarakat modern atas tanda atau penampakan yang menyatakan diri sebagai realitas. Media sosial sangat berpengaruh dalam pembentukan *hyperreality* dari citra politik.

Dalam aktivitas politik, setiap kandidat mencoba berbagai usaha untuk memperoleh dukungan dalam pencapaian tujuan politiknya. Untuk itu, diperlukan sarana komunikasi dan informasi. Media sosial sebagai salah satu sarana informasi yang sangat banyak dimanfaatkan oleh masyarakat sekarang, menjadi ruang konstruksi citra bagi politisi.

Masalahnya, meskipun tim media sudah mampu menggalang dukungan masyarakat melalui media sosial, mereka sekaligus juga mendapat serangan dari khalayak lain yang tidak menyukai pasangan yang mereka bela. Secara umum bisa dikatakan, hebat ataupun se-intensif apapun penggunaan atau pengoptimasian media sosial oleh politisi, belum tentu akan menang dalam persaingan politik, terlebih jika si politisi tidak memiliki tim media yang solid. Pemanfaatan media baru ini ternyata telah memberikan peluang baru sekaligus tantangan baru komunikasi politik.

Pengolahan Kontra Isu Tim Media Airin-Benyamin

Dari hasil penelitian ini terungkap, bahwa tim media pasangan Airin-Benyamin ternyata ada yang beroperasi secara terbuka, adapula yang beroperasi secara tertutup. Maksudnya, tim media yang terbuka ini kerap kali muncul ke publik. Sedangkan tim media yang tertutup tidak pernah muncul di hadapan publik.

Tim media terbuka masuk ke dalam tupoksi susunan tim sukses. Tim media ini difokuskan pada penggalangan isu-isu kinerja pasangan Airin-Benyamin, khususnya dalam pembangunan di Kota Tangsel. Baik itu kinerja dalam peningkatan infrastruktur, maupu prestasi sosok Airin dan Benyamin Davnie sebagai walikota dan wakil walikota.

Sedangkan tim media tertutup sifat kerjanya bergerak secara rahasia. Tim media tertutup ini dibuat dengan maksud agar pada saat mendesain isu-isu tetap dalam kondisi objektif dan tidak mengalami tekanan dari internal tim sukses maupun lawan-lawan politik pasangan Airin-Benyamin.

Jika dilihat dari perannya, justru tim media tertutup ini kerjanya lebih berat ketimbang tim media yang terbuka. Tim media tertutup punya peran mengolah kampanye negatif untuk lawan politik, kemudian mengolah isu tandingan saat isu negatif diluncurkan oleh kandidat lain kepada pasangan Airin-Benyamin.

Tidak hanya itu, belakangan terungkap, tim media tertutup ini juga menggarap isu-isu yang sifatnya pencitraan secara personal, dari sosok Airin dan Benyamin. Bedanya dengan tim media terbuka, mereka lebih mendesain pencitraan dengan mengangkat tema-tema kinerja pembangunan di Kota Tangsel.

Tim media tertutup juga mendesain isu dengan menerima informasi dari tim sukses yang bekerja di lapangan. Mereka setidaknya membangun komunikasi dengan tim sukses di lapangan guna mencari tahu, untuk mencari tahu isu-isu yang sedang tren di setiap kawasan atau wilayah tertentu.

Isu-isu dari setiap wilayah inilah yang kemudian diolah, dan ditentukan apakah outputnya dalam bentuk isu positif bagi pasangan Airin-Benyamin atau sebaliknya melempar isu negatif bagi lawan-lawan politik.

Bagaimana distribusi isunya? Tim media tertutup pasangan Airin-Benyamin ini lebih

mengandalkan sindikasi dengan jejaring personal jurnalis media-media lokal yang ada di Kota Tangsel maupun Provinsi Banten. Mereka merespon kondisi lapangan, kemudian mengolah, selanjutnya isu didistribusikan secara tertutup melalui email. Dan biasanya isu tidak dibuat seragam, isu dibuat dengan beragam tema agar tidak terlihat oleh lawan politik, bahwa isu tersebut dikelola oleh satu tim. Jadi, masing-masing media, khususnya media *mainstream* (cetak dan online) memuat berita yang berbeda tetapi substansi isu sama. Baru selanjutnya, isu-isu tadi di distribusikan kepada tim yang menggarap media sosial. Tim media tertutup juga dibolehkan mendistribusikan isu kepada tim media terbuka.

Salah satu anggota tim media tertutup, Iwan dalam wawancaranya 23 April 2016 menjelaskan: “Tim media tertutup selalu menggelar rapat seminggu 2 sampai 3 kali. Masing-masing anggota tim dalam rapat boleh mengajukan usulan isu. Usulan isu tersebut ada yang ditolak dengan beragam pertimbangan, sedangkan usulan isu yang diterima, langsung narasinya dibebankan kepada anggota yang mengusulkan. Meskipun kita juga menggarap isu negatif, tetapi sebisa mungkin kita menghindari kampanye hitam. Contohnya kasus isu yang ramai mencuat tentang PKI. Meski sebenarnya itu menguntungkan buat pasangan Airin-Benyamin, tapi kami memutuskan tidak menggulirkannya, karena kami melihatnya itu sudah *black campaign*. Jadi ada isu yang kita gilirkan ke media, tetapi ada juga isu yang kita lemparkan ke tim sukses lapangan yang bekerja di setiap wilayah. Isu yang diberikan kepada tim sukses lapangan mengacu pada kecocokan tidaknya isu tersebut di kawasan itu. Nah isu inilah yang terkadang menjadi tema kampanye bagi pasangan Airin-Benyamin pada saat turun bersosialisasi ke masyarakat.”

Dalam konteks Pilkada Kota Tangsel, persebaran isu cenderung mengarah kepada upaya saling menjatuhkan citra para kandidat. Biasanya persebaran isu memiliki kekuatan destruktif. Isu sering disamakan dengan torpedo yang meluncur tanpa halangan dan menyebar kemana-mana dan memiliki daya gedor yang cukup kuat. Tidaklah mudah untuk mendesain isu-isu tandingan yang bersifat kontra, jika isu yang negatif kadung tersebar. Karena ini sangat berkaitan dengan penggerusan basis pendukung kandidat yang menjadi sasaran isu negatif.

Kontra isu berarti strategi penangkalan isu yang merujuk pada usaha-usaha persuasif dengan tujuan mengontrol opini, baik untuk membentuk

atau membina opini publik dalam mencapai tujuan politik- strategis maupun taktis, dengan pesan-pesan khas yang disampaikan tanpa merasa dipaksa ataupun terpaksa. Dalam menggiring opini publik demi mencapai target politik yang diharapkan, membutuhkan perencanaan yang sistematis, di mana di dalamnya ada unsur propaganda sebagai teknik pengalihan isu.

Proses pengalihan isu ini tidak hanya hari ini saja terjadi, banyak rentetan pada momentum-momentum sebelumnya. Pengalihan isu dianggap sebagai suatu strategi sehingga tidak sembarangan memainkan pengalihan isu. Butuh siasat dan waktu yang tepat. Pengalihan isu juga berkaitan dengan popularitas politik. Kekuasaan tidak akan bisa sukses berkuasa, jika belum mampu mengoptimasi media. Karena bicara media, berkaitan dengan kepentingan politik, terlebih dalam menggiring dan membentuk opini publik.

Berdasarkan observasi dan wawancara dengan para anggota tim media Airin-Benyamin, setidaknya diperoleh beberapa poin:

Isu teratas yang paling sering dituduhkan kepada pasangan Airin-Benyamin didominasi oleh kasus korupsi yang menjerat suami dari Airin, Tb Chaeri Wardhana dan kakak iparnya, Ratu Atut Chosiyah.

Tabel. 1

Isu Negatif Airin-Ben	Isu Kontra
Kasus korupsi di KPK tentang pengadaan Alkes di Tangsel	Bahwa sampai saat ini Airin tidak terbukti secara hukum ikut terlibat. Mengangkat isu Airin-Benyamin kerap turun langsung ke lapangan untuk mengecek realisasi proyek infrastruktur.
Kepemimpinan 5 tahun yang tidak maksimal	Evaluasi kinerja seluruh dinas di Kota Tangsel. Mencitrakan bahwa Airin-Benyamin memiliki kepekaan sosial yang tinggi, dengan menonjolkan program-program sosial. Membangun isu kekompakan kerja tim di seluruh dinas. Pasangan Airin-

	Benyamin turun ke lapangan untuk melihat langsung <i>progress</i> pembangunan infrastruktur, khususnya proyek-proyek great A, seperti Jalan, sekolah, dan isu kesehatan.
--	--

Sumber: data diolah

Dari tabel. 1 di atas dijelaskan bahwa ketika lawan politik mengangkat isu korupsi yang menjerat keluarga Airin, maka tim media melakukan kontra isu dengan mengungkap kepada publik, bahwa sampai proses hukum berjalan, Airin tidak terbukti secara hukum terlibat dalam kasus korupsi yang dituduhkan kepada suaminya, dan kaka iparnya.

Kemudian untuk isu pembandingan, tim media mendesain isu pasangan Airin-Benyamin turun ke lapangan, mengecek pengerjaan proyek infrastruktur. Untuk kontra isu ini, tim media memanfaatkan posisi Airin sebagai walikota dan Benyamin Davnie sebagai walikota. Saat pelaksanaan Pilkada Tangsel 2015 lalu, keduanya cuti bergantian. Dimana saat Airin cuti sebagai walikota, maka Benyamin Davnie tidak cuti sebagai wakil walikota dan bekerja seperti biasa. Maka pemberitaan mengangkat sosok Benyamin, demikian sebaliknya, bergantian. Kontra isu ini lebih difokuskan distribusinya kepada media *mainstream* (cetak dan online).

Sementara melalui media sosial, kontra isu untuk menangkal isu korupsi tersebut, yakni dengan mencitrakan personal Airin sebagai sosok perempuan tegar, tangguh dan tetap bisa membagi waktunya untuk melakukan kerja-kerja sebagai walikota dengan melakukan sidak. Hanya saja objek kunjungan berbeda. Jika di media cetak dan online sidak pembangunan jalan atau sekolah, sedangkan di sosial media dengan menampilkan foto-foto sidak di Puskesmas. Sehingga terbangun opini publik, dalam satu hari Airin bisa sidak lebih dari satu lokasi.

Berbeda dengan tim media tertutup, pada saat isu korupsi digulirkan, tim ini justru mencitrakan Airin sebagai sosok perempuan tegar, yang tengah diuji dengan persoalan yang menimpa keluarganya. Opini publik digiring untuk melihat secara nyata, bahwa meski seorang walikota, orang yang berkuasa, Airin tetap sebagai seorang istri dari Tb Chaeri Wardhana dan ibu dari kedua anaknya. Ketiga peran tersebut – walikota, istri, dan ibu harus tetap dijalani.

Sehingga target “perempuan yang tegar” tercapai pada sosok Airin. Target dari pencitraan ini adalah untuk mempengaruhi kalangan pemilih perempuan khususnya ibu-ibu. Penegasannya lagi, kendati masalah berat menimpa Airin, tetapi kondisi itu tidak memengaruhi tugas-tugasnya sebagai walikota, tetap mengurus masyarakat Kota Tangsel.

Perannya sebagai walikota juga memiliki target lain, yakni konteks politik kaum perempuan. Bahwa perempuan yang terjun ke politik, bukan berarti harus meninggalkan perannya sebagai istri dan ibu dari anak-anaknya.

Dari skema kontra isu yang dibangun tim media Airin-Benyamin ini dalam tabel. 1, dimana ada pencitraan Airin inilah yang disebut dengan propaganda jurnalisme perspektif gender. Dimana penggambaran sosok itu dimanfaatkan untuk membalikkan stigma masyarakat yang awalnya ‘tidak suka’ menjadi ‘simpati.’ Tim media berhasil membangun imej bahwa Airin adalah sosok yang fokus dan konsisten menjalankan tugasnya sebagai walikota, meski tengah didera permasalahan yang menimpa keluarganya.

Isu kedua yang digulirkan kepada pasangan Airin-Benyamin adalah persoalan ekonomi dan kesejahteraan. Contohnya isu penetapan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) 2015 dan APBD Perubahan yang molor. Isu keuangan daerah ini terang saja mendapat perhatian serius dari media. Karena molornya penetapan ini dikait-kaitkan dengan kepentingan politik Airin-Benyamin, terutama dalam alokasi dana bantuan sosial dan hibah. Isu ini juga di-*running* ke wilayah terlambatnya pembangunan infrastruktur di Kota Tangsel.

Sebagaimana diketahui, bahwa ukuran penilaian kinerja pemerintah daerah, yakni dengan melihat sejauhmana anggaran terserap.

Tabel. 2

Isu Negatif Airin-Ben	Isu Kontra
Penetapan APBD- 2015-2016 yang molor	Tim media Airin-Benyamin mengangkat salah satu pagu anggaran yang populis, seperti alokasi anggaran penanganan kemiskinan, realisasi dana Bantuan Operasional Sekolah Daerah (Bosda) dan alokasi anggaran Jaminan Kesehatan Daerah (Jamkesda) dan Jaminan Persalinan

	(Jampersal). Mengangkat isu detail mekanisme pengesahan APBD.
Tuduhan penundaan penetapan APBD dikaitkan dengan kepentingan politik pasangan Airin-Benyamin.	Tim media Airin-Benyamin juga mengangkat proses politik dari penetapan APBD, dimana para partai pendukung lawan justru yang menunda-nunda pengesahan APBD di tingkat DPRD Kota Tangsel. Membuat isu tandingan dengan mengangkat isu kunjungan Airin ke pasar-pasar tradisional sekaligus bercakap-cakap dengan para pedagang. Sedangkan soso Benyamin Davnie ikut diangkat pada saat bersilaturahmi dengan sejumlah tokoh masyarakat di Kota Tangsel.

Sumber: data diolah

Di tabel. 2 dijelaskan bahwa strategi kontra isu yang digunakan oleh tim media Airin-Benyamin adalah dengan menciptakan isu tandingan yang nilai efeknya sama, yakni bagaimana juga mendapat perhatian serius dari masyarakat Tangsel. Selain mengulas tentang alokasi anggaran untuk kebutuhan publik – belanja publik yang masuk kategori *great A* yakni bidang kesehatan dan pendidikan.

Ditambah lagi dengan gambaran tentang perkembangan eskalasi politik di tingkat DPRD Kota Tangsel dalam pembahasan untuk mengesahkan APBD. Sementara kunjungan lapangan seperti ke pasar-pasar tradisional – dan bercengkerama dengan tokoh-tokoh masyarakat Tangsel (berita lapangan), dimaksudkan untuk mengelabui lawan politik yang terfokus pada upaya membuat pencitraan negatif kepada pasangan Airin-Benyamin, melalui isu molornya penetapan APBD.

Intinya, disaat lawan-lawan politik sibuk melakukan upaya “gangguan politik” justru pasangan Airin-Benyamin turun ke bawah untuk mendulang suara. Tindakan lapangan ini dinilai oleh tim media Airin-Benyamin sebagai langkah-langkah politik yang populis. Saat Airin bertandang ke pasar-pasar tradisional,

maka tim media membuat *second issues* yakni dengan mengangkat tema “mengecek harga kebutuhan bahan pokok.”

Sementara tim media Airin-Benyamin yang menggarap sosial media difokuskan untuk menangkal isu-isu ekonomi dan kesejahteraan. Bahwa dengan kunjungan lapangan yang dilakukan Airin dan Benyamin merupakan bentuk kepedulian pasangan ini pada rakyat kecil. Citra ini diperkuat dengan tampilan foto-foto hidup dimana terjadi percakapan keduanya dengan masyarakat yang dikunjunginya. Bahasanya “mendengar sekaligus menyerap aspirasi masyarakat.”

Isu ketiga yang dijadikan lawan politik Airin-Benyamin adalah seputar adalah isu lingkungan. Yang sempat mencuat adalah isu banjir. Dimana dampaknya adalah rusaknya sejumlah ruas jalan dan penyebaran penyakit demam berdarah dan diare.

Kawasan-kawasan yang diangkat mengenai penyebaran demam berdarah dan diare difokuskan oleh lawan-lawan politik dengan mengkluster pemukiman padat penduduk.

Tabel. 3

Isu Negatif Airin-Ben	Isu Kontra
Kerusakan sejumlah ruas jalan milik Kota Tangsel.	Tim media mengkonternya dengan menayangkan pernyataan langsung Airin, agar dinas terkait segera melakukan perbaikan jalan-jalan yang rusak akibat hujan.
Penyebaran penyakit demam berdarah dan diare.	Tim media mengusulkan sekaligus mengangkat isu pengecekan kesehatan gratis di sejumlah pemukiman yang terduga menjadi kawasan endemik dan seluruh sekolah dasar di Tangsel. Membuat pernyataan langsung dari Airin agar seluruh Puskemas, Posyandu di Tangsel memprioritaskan penanganan pasien terduga demam berdarah dan diare, khususnya anak-anak dan usia lanjut.

Sumber: data diolah

Dari tabel. 3 ini didapati gambaran bahwa tim media pasangan Airin-Benyamin kembali

menggunakan tindakan lapangan untuk kontra isu lawan politik. Yakni memberikan layanan kesehatan gratis di pemukiman padat terduga endemik demam berdarah dan diare, dan seluruh sekolah dasar di Tangsel.

Sedangkan tim media yang menangani sosial media mengulas sejumlah pengalaman organisasi, prestasi-penghargaan yang diperoleh Airin-Benyamin untuk mendongkrak citra.

Airin disebutkan sebagai Ketua Dewan Pembina Komite Nasional Pemuda Indonesia (KNPI) Kota Tangsel, Ketua Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Tangsel, Wakil Ketua Komisi Perlindungan Anak Indonesia Daerah (KPID), Pengurus Daerah Ikatan Notaris Indonesia (INI) Kota Tangsel.

Demikian halnya dengan Benyamin Davnie. Dia dicitrakan sebagai sosok yang sudah sangat lama berkecimpung dalam dunia politik pemerintahan dan birokrasi. Ia sebelumnya pernah menjabat sebagai Kepala Bagian Organisasi Kabupaten Tangerang, Kepala Dinas Tata Ruang dan Bangunan Kabupaten Tangerang, Asisten Daerah Tata Praja Kabupaten Tangerang, serta Kepala Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah (Bappeda) Kabupaten Tangerang.

Dengan demikian sosok Benyamin dalam pengalamannya di birokrasi tidak diragukan lagi. Targetnya adalah menyampaikan opini ke publik, bahwa pasangan Airin-Benyamin merupakan perpaduan yang pas, dimana masing-masing memiliki relasi dan basis pendukung tersendiri.

Untuk penghargaan Airin sebagai Walikota Tangsel, salah satu yang diangkat adalah penghargaan Lencana Wira Karya yang diberikan langsung oleh Presiden RI Joko Widodo. Tim media menegaskan pada isu bahwa tidak semua kepala daerah berhasil meraih penghargaan tersebut.

Tak kalah menariknya, tim media juga mengungkap penghargaan prestius Airin. Yakni “*Government and Privat Partnership for Public Spaces Provision.*” Sebuah penghargaan kelas internasional yang diterimanya dari salah satu lembaga internasional The *Eastern Regional Organization for Planning and Housing* (EAROPH), sebuah organisasi non pemerintahan yang punya hubungan dengan Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB).

Uniknya, tim media Airin-Benyamin menyandingkan Airin dengan Walikota

Surabaya Tri Rismaharini yang juga memperoleh penghargaan yang sama. Tim media mencoba membangun persepsi, bahwa sosok perempuan juga mampu menjadi pemimpin-kepala daerah yang berprestasi. Targetnya isu ini adalah untuk mempengaruhi pemilih perempuan, khususnya perempuan ibu-ibu, dewasa dan remaja.

Bagaimana dengan Benyamin Davnie. Tim media juga menguraikan sejumlah prestasi. Seperti Lencana Dharma Bhakti Pramuka (2003) dan Satya Lencana Karya Satya; sebuah penghargaan atas prestasi kerja sebagai kepala daerah tanpa cacat, yang penetapannya menjadi keputusan Presiden.

Masih banyak lagi. Seperti penetapan Tangsel sebagai kota pemekaran terbaik oleh Mendagri, Kota Tertib Ukur dari Kementerian Perdagangan, Kota Layak Anak dari Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, Tangsel menjadi kota terbaik dalam pelayanan pembuatan Akta Kelahiran. Belum lagi Piala Adipura dari Kementerian Lingkungan Hidup 2013, penghargaan Mangala Karya Kencana (MKK) dari Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional (BKKBN).

Dan yang tak kalah menarik, Tangsel dinobatkan sebagai Badan Publik terbaik di bidang transparansi. Penobatan Tangsel sebagai badan publik terbaik di bidang transparansi ini dimanfaatkan oleh tim media untuk kontra isu korupsi dan pelayanan Pemda Kota Tangsel yang buruk. Tim media memanfaatkan isu ini juga untuk mendongkrak elektabilitas ditambah popularitas yang disokong dengan segudang prestasi.

Jika merunut tren isu di atas, maka pada dasarnya tim media pasangan Airin-Benyamin lebih memilih sikap bertahan (defensif). Tim media terlihat memilih mendiadakan isu negatif dari lawan politik bergulir dalam rentang waktu tertentu. Jika memang rentang waktu guliran isu negatif kepada pasangan Airin-Benyamin terlalu lama, maka tim media akan membuat kontra isu dengan bobot yang lebih besar, minimal sebanding.

Salah satu isu yang bobotnya sebanding adalah ketika pasangan Ihsan Modjo dan Li Claudia, melalui kuasa hukumnya melaporkan dugaan pelanggaran kampanye dan tuduhan penyalahgunaan wewenang Airin-Benyamin. Tim media melakukan pengalihan isu dengan menaikan “eskalasi isu- *vis a vis*” antara kuasa

hukum Ikhsan Modjo-Li Claudia dengan pihak Panitia Pengawas Pemilu (Panwaslu) Kota Tangsel. Yang pada akhirnya mereka saling menyerang balik. Kondisi ini juga dimanfaatkan tim media Airin-Benyamin, agar guliran isu seteru keduanya lebih panjang, sehingga tim media Ikhsan-Li Claudia diharapkan tidak memiliki kesempatan untuk menyusun isu negatif baru dalam kurun waktu tertentu.

Sementara untuk pasangan Arsid-Elvier, tim media Airin-Benyamin memanfaatkan dugaan tindakan anarkis pendukung pasangan Arsid-Elvier pada saat KPUD Kota Tangsel menggelar kampanye damai. Sempat beredar unggahan youtube yang menampilkan kasus perusakan kendaraan dinas Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) yang dirusak spionnya saat melintas mengawal iring-iringan kampanye damai.

Termasuk tuduhan yang tidak mendasar saat dalam kampanye damai tersebut, ada kendaraan Puskesmas keliling yang justru dianggap menggunakan fasilitas negara. Sementara Ketua KPUD Kota Tangsel M. Subhan, tegas mengatakan bahwa keberadaan mobil Puskemas Keliling tersebut memang sudah sesuai SOP (Standar Operasional Prosedur) iring-iringan kampanye damai para pasangan ketika itu, untuk mengantisipasi jika ada peserta iring-iringan kampanye damai membutuhkan pertolongan.

Aksi perang pendapat di media itu, justru dimanfaatkan sebaik mungkin oleh tim media Airing-Benyamin, dengan harapan, bahwa semua tuduhan yang diarahkan ke pasangan Airin-Benyamin tidaklah benar. Tidak ada penyalahgunaan wewenang dan memanfaatkan fasilitas negara.

Akan tetapi, jika isu negatif tersebut dinilai tidak terlalu berefek besar bagi pasangan Airin-Benyamin, maka tim media tidak memilih untuk menciptakan isu baru. Karena tim media berkeyakinan, jika isu negatif yang dilontarkan kandidat lain tidak terlalu berefek, maka isu tersebut akan mati-hilang dengan sendirinya.

Kerangka strategi propaganda yang dilakukan tim media Airin-Benyamin selain menghitung waktu bertahan isu negatif yang dilontarkan lawan politik, mereka juga menganalisis lanjutan isu yang diperkirakan akan dikeluarkan oleh tim media kandidat lain. Caranya dengan melakukan *framing* dengan mengukur kecenderungan isu yang dipakai tim media calon lain. Sebagaimana tabel 1, 2 dan 3 tadi, belakangan isu negatif sudah diprediksi oleh tim

media Airin-Benyamin. Sehingga tim media pasangan Airin-Benyamin melakukan perencanaan isu-isu tandingan. Karena dengan *framing* tadi, maka tim media Airin-Benyamin mampu mengukur tingkat kelihaihan tim media kandidat lain dalam memainkan atau memoles isu.

Dalam teknik kontra isu dan propaganda ternyata, dari hasil gambaran tersebut, tidak semata-mata berfikir bagaimana membalas serangan isu dari lawan politik. Tetapi adakalanya melihat waktu yang tepat, kapan membalikkan isu dan kapan harus bertahan (tidak merespon isu).

Hal ini dimaksudkan agar tim media pasangan Airin-Benyamin fokus pada penyusunan rencana isu, yakni menyosialisasikan kefiguran, visi misi, sehingga pasangan Airin-Benyamin tetap bisa menjalankan tugas sebagai walikota dan wakil walikota, dan fokus pada menyoar pemilih.

Tim media Airin-Benyamin juga memainkan kontra isu dan propaganda menggunakan isu-isu aktual. Rudy Gani, salah satu tim media mengatakan, bahwa selain rapat terjadwal dan fleksibel, pola kerja tim bisa berkomunikasi lewat grup *Blackberry Massanger* dan *WhatsApp*. Biasanya diskusi isu di grup tersebut, ada pelimpahan tugas berdasarkan peran-peran dari masing-masing personal di tim. Untuk isu yang aktual terkadang dijawab langsung, tidak merumuskan setting agenda yang terlalu sistematis dalam melemparkan isu.

“Karena kemarin lebih banyak penyerangan dari kandidat lawan, sehingga kemudian, kita harus mengkonter dengan cara-cara menjawab menggunakan isu-isu aktual yang dilemparkan teman-teman media. Inilah manfaat dari sindikasi media tim.”

Isu-isu yang Berkembang Seputar Pilkada Tangsel 2015 di *Facebook & Twitter*

Tabel. 4

Kemunculan Isu Terhadap Pasangan Airin-Benyamin di *FB* 27 Agustus-5 Desember 2015

Isu	I-L	A-E	Jumlah
Agama&Etnis	-	1	1
Birokrasi	1	-	1
Ekonomi&Kesra	6	-	6
Kesehatan	2	1	3
Korupsi	8	2	10
Lingkungan	1	2	3

Infrastruktur	3	-	3
Transportasi	2	-	2
Total	23	6	29

Sumber: data diolah

Tabel. 5

Kemunculan Isu Terhadap Pasangan Airin-Benyamin di *Twitter* 27 Agustus-5 Desember 2015

Isu	I-L	A-E	Jumlah
Birokrasi	6	-	6
Ekonomi&Kesra	7	-	7
Kesehatan	1	-	1
Korupsi	30	-	30
Lingkungan	2	-	2
Infrastruktur	5	-	5
Pendidikan	1	1	1
Dinasti Politik	4	-	4
Transportasi	2	-	2
Total	58	1	59

Sumber: data diolah

Jika melihat dari sudut pandang positif potensi media baru sebagai sarana demokrasi, idealnya *facebook* dan *twitter*, ternyata menjadi media alternatif dengan kemampuan signifikan dalam menampung dan menyalurkan aspirasi rakyat.

Untuk kasus Pilkada Tangsel 2015, media sosial cenderung sering digunakan sebagai media untuk melontarkan sesuatu pendapat yang berkonotasi negatif kepada lawan politiknya. Misalnya sindiran terhadap pasangan lawan politiknya yang kebetulan mempunyai catatan sejarah kurang baik, dan lebih terkenal dengan isu negatif, yaitu isu korupsi dan dinasti politik.

KESIMPULAN

Tim media pasangan Airin-Benyamin dalam pelaksanaan Pilkada Kota Tangsel 2015 dalam melakukan kontra isu, lebih memfokuskan pada upaya meramu isu-isu yang bersifat isu bertahan (defensif), memanfaatkan isu aktual yang berkembang di kalangan awak media, diolah sedemikian rupa sehingga menjadi isu yang berbalik menyerang lawan-lawan politik (kandidat pasangan lainnya, Ikhsan-Li Claudia dan Arsid-Elvier), dan terakhir adalah dengan membuat isu pembandingan dengan bobot sama kuat yang selanjutnya didistribusikan menggunakan sistem sindikasi.

Dalam menerapkan kontra isu, sarana yang digunakan tetap menggunakan media *mainstream* khususnya cetak dan online. Selain itu, memanfaatkan keberadaan media sosial yakni *Facebook* dan *Twitter* dalam menyampaikan visi dan misi, sosialisasi

program kampanye, sosialisasi figur serta membangun isu-isu politik tandingan. Penggunaan media sosial oleh tim media Airin-Benyamin dimaksudkan juga untuk menysasar pemilih yang tak tergarap, yakni masyarakat yang tinggal di kawasan pemukiman elite (komplek).

Jika melihat kultur masyarakat di Kota Tangsel, yang merupakan kombinasi masyarakat tradisional dan urban. Hal ini bisa dilihat masih adanya sistem ketokohan di kalangan masyarakat Tangsel.

Untuk menysasar pemilih kelompok tradisional ini, tim media Airin-Benyamin menggerakkan isu-isu dalam bentuk testimoni dan kunjungan lapangan para tokoh-tokoh yang teridentifikasi sebagai tokoh masyarakat setempat. Sedangkan untuk masyarakat Tangsel yang berkarakter urban, tak terkecuali pemilih pemula dan kalangan muda, tim media memanfaatkan media sosial.

Kunci dalam melakukan kontra isu adalah kemampuan tim media memprediksi isu-isu yang akan dilontarkan lawan politik diluar analisis media. Hal ini dimaksudkan agar tim media Airin-Benyamin lebih dulu menyiapkan jawaban, konter, membalik isu.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rhinkha Cipta.
- Fergusson, Cleveland. "The Politic Ethics and Elections." Diakses 2 Maret 2016 dari: <http://law.fsu.edu/journals/lawreview/frames/242/fergarm/html>,
- Gunawan, Imam. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hardjono, Joniansyah. *Isu Korupsi Gerus Elektabilitas Airin, Tapi Tetap Teratas*, diakses dari: Tempo.co, 8 Juni 2016, pukul: 23:42 WIB.
- Heryanto, Gun-gun. Ade Rina Farida. (2010). *Komunikasi Politik*. cetak ke-1. Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Syarif Hidayatullah
- Irawan, Deni. Hasil *Quick Count* Tangsel Unggulkan Airin. *Charta Politika*, diakses 22 Desember 2015 dari: <http://metro.sindonews.com>
- KPUD Kota Tangerang Selatan, diakses 2 Maret 2016 dari: <http://www.kpu.go.id>
- Liim. Merlyana. (2006). *Klik yang Tak Memantik: Aktivisme Media Sosial di Indonesia*. Jurnal Indonesia.
- Moelong. Lexy J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. cet. ke-11. Edisi Revisi. Bandung: Rosdakarya.
- Muhajir, Noeng. (1996). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin.
- Ridwan. (2004). *Statiska untuk Lembaga dan Instansi Pemerintahan-Swasta*. Bandung: Alfabeta.
- Stake. Robert E. (2009). *Studi Kasus: dalam Norma K. Denzin-Yvonna S. Lincoln (Ed). Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- _____ *Studi Kasus*, h. 313.
- Wawancara dengan Iwan Campo, Bumi Serpong Damai, 23 April 2016
- Wawancara dengan Rudi Gany, Pamulang II, 27 April 2016.