

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DENGAN OKO MAMA PADA PILKADA KABUPATEN KUPANG TAHUN 2018 : STUDI PADA PASANGAN KORINUS MASNENO - JERRY MANAFE

Dentus Kristanto Boineno¹, Yusa Djuyandi², Ari Ganjar Herdiansah³

^{1,2,3} Jurusan Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran, Bandung Indonesia
 Email Korespondensi: dentusboineno26@gmail.com

Submitted: 09-01-2023; Accepted: 18-01-2023; Published :24-01-2023

ABSTRAK

Oko Mama dalam keseharian masyarakat suku Timor memiliki peranan penting sebagai sarana perantara komunikasi antar masyarakat. Menjelang pemilihan kepala daerah kabupaten Kupang *Oko Mama* sebagai media sarana komunikasi antar warga mengalami pergeseran makna dari nilai sosial budaya kepada nilai politik. Tujuan penelitian ini yakni untuk mendeskripsikan dan menganalisis penggunaan *Oko Mama* dalam pemilihan kepala daerah dan strategi komunikasi politik pasangan Korinus Masneno-Jerry Manafe dengan memanfaatkan *Oko Mama* sebagai alat komunikasi politik pada pemilihan kepala daerah Kabupaten Kupang tahun 2018. Jenis penelitian menggunakan metode kualitatif. Data dalam penelitian dikumpulkan melalui teknik wawancara dan pengumpulan dokumen, sedangkan teknik pengambilan informan dilakukan secara purposive. Validitas data menggunakan teknik triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa menjelang pemilihan kepala daerah fungsi *Oko Mama* dalam ranah sosial budaya masyarakat berubah perannya di ranah politik. *Oko Mama* yang berisikan pinang, sirih kapur dan uang perak dijadikan mediator antara kandidat calon dengan kelompok masyarakat seperti *Usif* (raja), *Amaf* (tokoh adat), tokoh masyarakat, tokoh agama dan lain sebagainya. Dalam pemilihan kepala daerah Kabupaten Kupang pasangan Korinus Masneno-Jerry Manafe melakukan berbagai pendekatan politik sebagai strategi komunikasi politik dengan masyarakat, termasuk pendekatan dengan *Oko mama*. Media *Oko Mama* digunakan untuk membangun relasi, menyampaikan pesan politik, membangun konsensus dengan kelompok masyarakat, mengarahkan pilihan politik kepada kandidat dan meningkatkan partisipasi politik masyarakat. Dengan demikian penggunaan *Oko Mama* sebagai salah satu media strategi politik dapat berdampak langsung pada perolehan suara, khususnya pasangan Korinus Masneno-Jerry Manafe yang telah memenangkan pilkada dengan presentasi suara 33,23%.

Kata Kunci: Komunikasi Politik, Budaya Politik, *Oko Mama*, Pilkada

Political Communication Strategy With Oko Mama In The 2018 Kupang Regency Election : Study On The Pair Of Korinus Masneno - Jerry Manafe

ABSTRACT

Oko Mama in the daily life of the Timor community has an important role as an intermediary means of communication between communities. Ahead of the Kupang district head election, *Oko Mama* as a medium for communication between citizens experienced a shift in meaning from socio-cultural values to political values. The purpose of this study is to describe and analyze the use of *Oko Mama* in the regional head election and the political communication strategy of the Korinus Masneno-Jerry Manafe pair by utilizing *Oko Mama* as a political communication tool in the 2018 Kupang Regency regional head election. This type of research used qualitative methods. Data in the study were collected through interview techniques and document collection, while the technique of taking informants was purposive. Data validity uses triangulation techniques. The results showed that before the regional head election, *Oko Mama* function in the socio-cultural realm of the community changed its role in the political realm. *Oko Mama* which contains areca nut, betel lime and silver money is used as a mediator between candidates and community groups such as *Usif* (king), *Amaf* (traditional leaders), community leaders, religious leaders and so on. In the Kupang Regency regional head election, the Korinus Masneno-Jerry Manafe pair took various political approaches as a political communication strategy with the community, including the approach with *Oko Mama*. *Oko Mama* media is used to build relationships, deliver political messages, build consensus with community groups, direct political choices to candidates and increase community political participation. Thus, the use of *Oko Mama* as one of the political strategy media have a direct impact on vote acquisition, especially the Korinus Masneno-Jerry Manafe pair who won the election with a 33.23% vote presentation.

Keywords: Political Communication, Political Culture, *Oko Mama*, Local Election

PENDAHULUAN

Tradisi *Oko Mama* dalam masyarakat Timor (*Atoin Pah Meto*) memiliki peranan yang sangat penting sebagai sarana perantara komunikasi antar masyarakat. Bagi masyarakat Timor *Oko Mama* sama pentingnya dengan media komunikasi lain seperti surat kabar, surat undangan, handphone dan lain sebagainya, masyarakat Timor secara keseluruhan beranggapan bahwa cara yang paling sopan dalam memulai sebuah pembicaraan yang formal dengan orang lain adalah dengan menyuguhkan *Oko Mama* sebagai pembuka jalan sebelum memulai suatu tujuan pembicaraan, budaya ini merupakan tradisi lisan yang sudah dilakukan secara turun menurun oleh masyarakat.

Nahak (dalam Ninu, 2012 : 143-144) mengungkapkan bahwa *Oko Mama* dalam kebudayaan masyarakat Timor memiliki beberapa fungsi (1) Sebagai sarana komunikasi antar pribadi, sirih, pinang dan kapur dalam wadah *Oko Mama* dimanfaatkan untuk menjamu tamu sebelum melakukan interaksi. (2) Sebagai komunikasi religius. Masyarakat Nusa Tenggara Timur khususnya di Kabupaten Kupang percaya bahwa hubungan antara yang hidup dan yang mati masih kuat, dan untuk menghormati arwah leluhur, masyarakat membawa *Oko Mama* yang berisi buah pinang, sirih, kapur untuk dipersembahkan melalui tokoh adat. (3) Sebagai sarana pengungkap perasaan manusia. Saling menyuguhkan sirih, pinang dalam *Oko Mama* melambangkan simbol persahabatan yang erat ketika terjadi konflik antar dua orang. (4) Sebagai perangsang semangat kerja, bagi masyarakat Timor, makanan bukan satu-satunya sumber energi, namun bagi mereka yang suka yang suka menginang, sirih dan pinang dalam isi *Oko Mama* merupakan kebutuhan utama untuk memacu semangat kerja mereka. (5) Bagi masyarakat Timor, makanan bukan satu-satunya sumber energi, namun bagi mereka yang suka yang suka menginang, sirih dan pinang dalam isi *Oko Mama* merupakan kebutuhan utama untuk memacu semangat kerja mereka, dan (6) *Oko Mama* dalam ritus perkawinan, Sirih, pinang yang terdapat dalam *oko mama* digunakan pada saat perkenalan pertama yaitu pada saat peminangan atau pertunangan.

Budaya *Oko Mama* yang merupakan sarana komunikasi antar warga di Pulau Timor, khususnya di wilayah Kabupaten Kupang, menjelang pemilihan kepala daerah *Oko Mama* mengalami perubahan makna nilai sosial budaya ke nilai politik yang ditinggalkan oleh para leluhur.

Oko Mama yang ada digunakan sebagai alat penyatuan atau pemersatu politik antara calon dan masyarakat dalam pemilihan kepala daerah. Pendekatan menggunakan kultur *Oko Mama* lebih dominan digunakan dari pada berbagai media seperti media digital atau media sosial, dikarenakan budaya *Oko Mama* masih melekat kuat dalam keseharian masyarakat Timor terutama pada masyarakat Kabupaten Kupang.

Kabupaten Kupang merupakan salah satu kabupaten di Indonesia yang mengikuti pemilihan umum daerah (pilkada) serentak tahun 2018. Pemilihan kepala daerah Kabupaten Kupang dilaksanakan tanggal 27 juni 2018 yang di ikuti oleh 5 pasang putra - putra terbaik daerah yang diusul partai politik maupun diusul secara independen/perseorangan. Lima pasangan calon yang mengikuti pemilihan kepala daerah adalah: pasangan calon Hendrik Paut dan Aljery Esau Monas. Paket (Harmoni) yang didukung oleh partai Demokrat dan PKPI, Korinus Masneno dan Jerry Manafe. Paket (komitmen) yan didukung oleh partai Golkar dan Nasdem, Nelson O. Matara, dan Bernard P.T.W Bait. Paket (Tiroso) yang diusung partai PDIP dan PKB, Selfester M. Banfatin dan Johanis S. Ottemoesoe. Paket (Terkini) yang di usung partai Gerindra dan PAN, dan juga pasangan calon Melkianus Akulas dan Joao Antonio De Jesus Costa. Paket suka melayani yang didukung sebagai paket independen.

Pemilihan Kepala Daerah yang dilaksanakan di Kabupaten Kupang mendapatkan antusiasme dari masyarakat dalam memanifestasikan hak politik mereka. Dalam pemilihan kepala daerah yang berlangsung di wilayah Pemerintahan Kupang tentunya sama dengan yang terjadi di daerah lain dimana para calon tentu mengambil langkah politik atau pendekatan yang berbeda baik secara formal maupun informal. Hal ini, terlihat dari berbagai macam strategi yang dipakai mulai dari pendekatan secara personal, kelompok, media, agama hingga yang paling sering terjadi adalah pendekatan budaya dengan menggunakan *Oko Mama*. Saling menyuguhkan *Oko Mama* dalam masyarakat Timor merupakan bentuk saling menghargai atau menghormati dalam berkomunikasi, tamu yang ada dan tuan rumah akan saling memberikan atau meletakkan *Oko mama* sebagai lambang pengikat persaudaraan dan tidak menutup kemungkinan proses komunikasi antara kedua pihak akan berjalan lancar atau sesuai rencana yang diinginkan. Fenomena penggunaan *Oko Mama* sebagai media perantara komunikasi, menjelang pemilihan kepala daerah Kabupaten Kupang digunakan sebagai salah satu strategi dalam memperkenalkan diri, mendekatkan diri dengan masyarakat setempat, menyebarluas berbagai informasi, serta untuk mendapatkan dukungan suara

pada aktor politik yang ada. Pada umumnya *Oko Mama* yang dibawah akan diletakan pada sebuah meja, maka pihak yang meletakkannya hendak menyampaikan suatu maksud atau pokok pembicaraan tertentu. Sirih, pinang, kapur dan sebotol sopi kampung merupakan dua komponen yang selalu digunakan, sementara uang perak atau uang dalam jumlah yang terbatas sebagai pelengkap, sangat bergantung dari kebiasaan setiap kelompok dialek.

Pasangan calon Korinus Masneno dan Jerry Manafe atau yang biasa dikenal dengan Paket (komitmen) merupakan salah satu pasangan calon yang turut hadir meramaikan kontestasi politik di Kabupaten Kupang. Berbagai pendekatan politik dilakukan sebagai strategi politik dalam melakukan komunikasi dengan masyarakat seperti komunikasi politik secara langsung dan tidak langsung. Secara tidak langsung seperti melalui berbagai media sosial, media cetak maupun media elektronik. Adapun pendekatan secara langsung yakni dengan menggunakan *Oko Mama* sebagai media perantara komunikasi politik, *Oko Mama* sebagai media perantara awal sebelum berinteraksi atau menyampaikan tujuan kehadiran mereka secara langsung pada masyarakat dan juga penyampaian berbagai pesan politik yakni memohon dukungan melalui penyampaian visi dan misi program kerja mereka sebagai calon kepala daerah. Pendekatan menggunakan *Oko Mama* dilakukan melalui tiga strata masyarakat yakni pada *Usif* (raja), *Amaf* (tokoh adat kampung) dan kelompok-kelompok masyarakat. Proses penggunaan *Oko Mama* yakni dengan cara saling menyuguhkan siri, pinang, kapur dan uang perak dalam media *Oko Mama*, antara aktor politik atau tim sukses dengan masyarakat yang ada, mereka akan makan atau menginang bersama pinang, sirih dan kapur sebelum melakukan interaksi atau melakukan komunikasi politik dan menyampaikan tujuan kedatangannya ditengah-tengah masyarakat Kabupaten Kupang.

Cangara (2016:31-32) menyebutkan beberapa unsur komunikasi politik, antara lain:(1) Sumber atau komunikator yang terlibat dalam proses penyampaian pesan politik, dapat berupa individu, kelompok, organisasi kelembagaan, dan lain-lain. (2) Pesan politik, baik tertulis maupun tidak, berupa simbol atau ungkapan lisan yang mengandung unsur politik. (3) Media atau saluran politik merupakan sarana yang digunakan sebagai saluran yang tepat untuk melakukan proses komunikasi politik. (4) penerima pesan politik adalah lapisan masyarakat yang diharapkan dapat menanggapi pesan politik yang disampaikan, dan (5) efek atau pengaruh komunikasi politik, sejauh

mana masyarakat dapat menyerap dan memahami pesan politik yang disampaikan.

Pada hakekatnya, strategi dalam konsep komunikasi politik adalah keseluruhan keputusan bersyarat pada saat ini tentang berbagai tindakan yang akan diambil untuk mencapai suatu tujuan politik di masa depan. Langkah seorang komunikator politik dalam mencapai tujuan politiknya adalah mempertahankan ketokohan yang telah melekat pada dirinya sebagai seorang komunikator politik. Ardial (2010 : 73) menyatakan bahwa ketika komunikasi politik berlangsung, yang terpenting bukan hanya pesan politiknya, tetapi juga siapa politisi atau tokoh politiknya, aktivisnya dan dari organisasi mana pesan politik itu berasal. Dengan kata lain, ketokohan dari seorang komunikator politik dan lembaga politik pendukung sangat menentukan berhasil tidaknya komunikasi politik dalam mencapai tujuan dan sasaran. Selain ketokohan dan memperkuat karakter kelembagaan, juga diperlukan kapasitas dan dukungan kelembagaan untuk menyusun pesan politik, mengidentifikasi metode, dan memilih media politik yang tepat agar proses komunikasi politik berjalan dengan baik.

Arifin (2006 : 63-64) mengungkapkan bahwa suasana *homofili* (kecenderungan untuk serupa) yang harus diciptakan antara seorang politikus dengan masyarakat yakni persamaan bahasa sebagai simbol komunikasi, persamaan busana, persamaan kepentingan dengan masyarakat terutama tentang pesan politik, metode dan media politik. Penggunaan salah satu media diantara begitu banyak media dalam menyampaikan pesan politik tergantung pada kebutuhan atau kemampuan masyarakat dalam menerima dan mencerna pesan politik yang disampaikan, seleksi media politik yang ada didasarkan pada kebutuhan, kemampuan, kepentingan serta lokasi masyarakat yang dijadikan sasaran komunikasi politik. Apalagi setiap media yang digunakan memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing dalam masyarakat.

Penelitian terkait lainnya yang saling berhubungan tentang komunikasi politik dan *Oko Mama* yakni (Benigna, 2019) penelitian mengungkapkan bahwa strategi politik tim pemenangan Khofifah-Emil yang kategorikan berdasarkan pokok pembahasan komunikasi politik yaitu siapa komunikator politik, apa pesan politik yang disampaikan, dan apa saluran komunikasi politik yang digunakan. Selanjutnya (Ndoda, Yuningsih, Djuyandi, 2020) mengungkapkan strategi kampanye yang dilakukan oleh pakat Victory-Joss melalui media, tim kampanye pemenangan paket Victory-Joss memilih menggunakan media sosial sebagai sarana kampanye politik karena dinilai lebih efektif mempengaruhi opini publik terhadap pasangan calon Victory-Joss.

Media sosial yang pakai tim pemenangan Victory-Joss yakni facebook : @Victoryjoss4NTT, Twitter:@Victory_joss, Instagram:@Victory_joss dan Youtube: Victory Joss. Sedangkan penelitian lain yang berkaitan dengan *Oko Mama* (Tualaka, 2018) menjelaskan *Oko Mama* sebagai salah satu sarana dan simbol pendekatan, interaksi sosial, kekeluargaan, pemersatu, pendamai, pengontrol, pemutus perkara, penerima tamu, penghormatan, dan penghargaan terhadap tamu memiliki eksistensi yang sangat kuat pada masyarakat Timor namun perkembangannya saat ini budaya *Oko Mama* mengalami pergeseran fungsi dari fungsi perekat budaya masyarakat menjadi fungsi politis.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini menurut Maleong (2011: 6) adalah penelitian yang bermaksud dalam memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan sebagainya secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam kata-kata, bahasa pada suatu konteks alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Data yang diperlukan dalam penelitian yaitu data primer yakni sumber data yang diperoleh langsung dari objek penelitian yang dikumpulkan melalui wawancara dan data sekunder, sumber data yang dikumpulkan oleh peneliti dari berbagai sumber yang lain seperti buku, jurnal, dan sumber lainnya. Data ini digunakan untuk memperkuat penemuan dan melengkapi berbagai informasi yang telah dikumpulkan melalui wawancara dan observasi lapangan. Sedangkan untuk pengambilan informan peneliti menggunakan teknik purposive dimana peneliti memilih informan yang memiliki pengetahuan dan informasi mengenai data riset. Adapun informan seperti tokoh adat, pasangan calon Korinus Masneno dan Jerry Manafe, tim sukses dan akademisi. Dalam teknik validitas data penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data.

PEMBAHASAN

Pemilihan Kepala Daerah Di Kabupaten Kupang Tahun 2018

Pilkada atau pemilihan kepala daerah merupakan proses politik di tingkat lokal yakni tingkat propinsi, kabupaten/kota dalam rangka

memilih kepala daerah secara langsung dan demokratis oleh masyarakat. Pada tahun 2018 lalu Kabupaten Kupang merupakan salah satu kabupaten di Indonesia yang ikut ambil bagian mengadakan suatu peristiwa politik yakni pemilihan kepala daerah (pilkada) serentak. Pemilihan kepala daerah tahun 2018 yang dilakukan secara serentak di seluruh wilayah Indonesia di atur dalam UU Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2016 tentang perubahan kedua atas undang-undang nomor 1 tahun 2015 tentang penetapan peraturan pemerintah pengganti undang-undang nomor 1 tahun 2014 tentang pemilihan gubernur, bupati dan walikota menjadi undang-undang.

Pemilihan kepala daerah Kabupaten Kupang dilaksanakan pada tanggal 27 juni 2018 dan di ikuti oleh 5 pasang calon putra-putra terbaik daerah yakni Hendrik Paut dan Aljery Esau Monas, Korinus Masneno dan Jerry Manafe, Nelson O. Matara, dan Bernard P.T.W Bait, Selfester M. Banfatin dan Johanis S. Ottemoesoe, dan Melkianus Akulas dan Joao Antonio De Jesus Costa yang diusul oleh partai politik maupun diusul secara independen/perseorangan. Proses politik menjelang pemilihan kepala daerah di wilayah Kabupaten Kupang tidak luput dari yang namanya kampanye politik. Untuk mencapai khalayak politik secara luas dan cepat, kampanye dilaksanakan melalui beragam saluran dan media komunikasi politik salah satunya yang terjadi di pilkada Kabupaten Kupang yakni penggunaan media *Oko Mama* sebagai saluran komunikasi politik di masyarakat.

Penggunaan media *Oko Mama* sebagai salah satu media diantara begitu banyak media dikarenakan kondisi masyarakat yang ada di Kabupaten Kupang yang lebih terbuka menerima pesan politik apabila disampaikan sesuai dengan kebiasaan atau tradisi masyarakat. *Oko Mama* yang memiliki nilai sosial dan budaya dalam masyarakat menjelang pilkada mengalami pergeseran makna ke nilai politik. *Oko Mama* yang berisikan pinang, sirih kapur dan uang perak merupakan alat perantara atau penghubung pembicaraan calon yang ada pada kelompok-kelompok masyarakat seperti *Usif* (raja), *Amaf* (tokoh adat), tokoh masyarakat dan lain sebagainya sebagai pemilik hak suara.

Oko Mama Sebagai Suatu Kebudayaan

Pandangan lain tentang kebudayaan juga di ungkapkan oleh ahli antropolog Frans Abaoaz yang menyatakan bahwa kebudayaan merupakan gabungan dari semua manifestasi kebiasaan sosial dari masyarakat, reaksi individual atau pengaruh dari kebiasaan kelompok manusia itu hidup, dan juga produksi dari aktivitas manusia yang ditentukan dari kebiasaan mereka (Alo, 2013: 110-111). Kebudayaan

Oko Mama dalam masyarakat Timor merupakan suatu kebiasaan yang sudah terjadi secara turun temurun, hal ini menjadi kebiasaan dalam masyarakat berkomunikasi baik secara individual maupun kelompok.

Budaya *oko mama* dalam masyarakat Timor atau yang biasa disebut dengan *Atoin Meto* terkhususnya di wilayah Kabupaten Kupang, *Oko Mama* merupakan media atau sarana penghubung sebelum melakukan interaksi atau komunikasi antar warga masyarakat, dan juga digunakan sebagai media interaksi dengan leluhur melalui upacara adat. Bagi masyarakat Timor, tradisi makan (menginang) *Puah* (pinang), *Manus* (siri) dan *Ao* (kapur) dalam media merupakan bagian yang tak terpisahkan, kegiatan ini selalu kita jumpai dalam berbagai kegiatan maupun dalam kehidupan masyarakat sehari-hari yang tak dapat lepas dari *Oko Mama*. *Oko Mama* memiliki nilai dan fungsi dalam kehidupan masyarakat *Atoin Meto* (Timor), secara fungsional kontekstual tradisi *Oko Mama* memiliki nilai dan makna yang universal. Nilai-nilai tersebut berasal dari proses dan keyakinan yang memiliki fakta yang tidak perlu di buktikan kebenarannya secara empiris karena merupakan ukuran atau standar sikap dan perilaku dalam mengikat masyarakat.

Pada saat menjelang pemilihan kepala daerah kabupaten Kupan tahun 2018 keberadaan *Oko Mama* dalam ranah sosial budaya yang beralih fungsi dalam ranah politik, pasangan Korinus Masneno dan Jerry Manafe beserta tim suksesnya menggunakan *Oko Mama* sebagai salah satu media strategi komunikasi politik dalam pendekatan mereka terhadap tokoh adat, tokoh agama, tokoh masyarakat sebagai media penghubung diantara mereka dalam melakukan komunikasi. Isi *Oko Mama* yang sebelumnya bermakna sebagai sarana interaksi sosial, kekerabatan, penuntun dan pengontrol perilaku, pemersatu dalam masyarakat, penghubung antara masyarakat, penghargaan atau penghormatan terhadap sesama, identitas, penerima tamu, wadah untuk menyimpan sirih, pinang, kapur dan tambaku beralih fungsi sebagai media strategi komunikasi politik untuk mendapatkan dukungan dari berbagai elemen masyarakat terhadap pasangan calon yang ada dalam pemilihan kepala daerah Kabupaten Kupang 2018.



Gambar 1. Bentuk *Oko Mama*.

***Oko Mama* Sebagai Media Komunikasi Politik Pasangan Korinus Masneno - Jerry Manafe**

Hakikatnya strategi dalam konsep komunikasi politik merupakan keseluruhan keputusan kondisional pada saat ini tentang berbagai tindakan yang akan dijalankan demi tercapainya suatu tujuan politik pada masa depan. Pada pemilihan kepala daerah di wilayah kabupaten Kupang berbagai tindakan dilakukan oleh pasangan calon Korinus Masneno dan Jerry Manafe beserta tim dengan membangun suatu strategi komunikasi politik dengan menggunakan media *Oko Mama* dalam pendekatan dengan masyarakat dalam pencapaian tujuan politik mereka. Proses politik yang terjadi di wilayah Kabupaten Kupang saat menjelang pemilihan kepala daerah terjadinya suatu relasi antara kandidat calon, tim sukses, tokoh adat dan juga masyarakat setempat dengan menggunakan *oko mama* sebagai media dalam melakukan komunikasi politik.

Penggunaan *Oko Mama* sebagai strategi komunikasi politik merupakan sarana dalam mempermudah pertukaran informasi atau pesan pada masyarakat melalui komunikator kepada komunikan atau penerima pesan. Keberadaan *Oko Mama* sebagai salah satu Saluran atau media komunikasi politik dalam pemilihan kepala daerah Kabupaten Kupang memiliki 3 fungsi yakni politik, sosial dan budaya. Proses politik yang terjadi di wilayah Kabupaten Kupang menjelang pemilihan kepala daerah terjadinya suatu relasi antara Korinus Masneno - Jerry Manafe , tim sukses, tokoh adat, tokoh agama dan juga masyarakat setempat. Dalam proses membangun relasi dengan masyarakat pasangan Korinus Masneno - Jerry Manafe beserta tim sukses selalu membawa *Oko Mama* untuk disuguhkan pada kelompok masyarakat yang dikunjunginya. *Oko Mama* tersebut digunakan sebagai media perantara penyampaian tujuan dan untuk membicarakan kesepakatan bersama antara pasangan Korinus Masneno - Jerry Manafe beserta tim sukses dengan tokoh adat , tokoh masyarakat, tokoh agama dan berbagai kelompok lainnya sebagai pemilik hak suara.

a. Bentuk Kampanye Menggunakan *Oko Mama* Pasangan Korinus Masneno - Jerry Manafe

Langkah strategis yang dilakukan pasangan Korinus Masneno dan Jerry Manafe dalam mencapai tujuan komunikasi politik yaitu menggunakan *Oko Mama* sebagai salah satu media perantara komunikasi politik secara langsung, pada masyarakat Kabupaten Kupang. Bentuk penggunaan *Oko Mama* pasangan Korinus Masneno dan Jerry Manafe, saat melakukan komunikasi atau kampanye politik secara langsung pada masyarakat yaitu mendatangi kelompok masyarakat, tokoh adat, ataupun tokoh agama, dengan selalu membawa *Oko Mama* yang didalamnya sudah berisi sirih, pinang, kapur, tembakau dan uang perak

dalam setiap pertemuan politik mereka. Saling menyuguhkan *Oko Mama* dalam setiap pertemuan, merupakan bentuk penghargaan antara dua belah pihak baik sebagai tamu atau tuan rumah, dalam proses ini kedua belah pihak akan duduk menginang bersama sebelum melakukan interaksi atau menyampaikan maksud dan tujuan mereka pada kelompok masyarakat. Penggunaan *Oko Mama* juga sekaligus untuk meminta restu politik pada tokoh-tokoh utama dalam kelompok masyarakat seperti tokoh adat, tokoh agama dan lain sebagainya di wilayah Kabupaten Kupang sebagai pemilik hak suara pada saat pemilihan kepala daerah.

Penggunaan media *Oko Mama* sebagai salah satu media kampanye politik diantara begitu banyak media seperti media cetak, media elektronik, media sosial dan sebagainya, dikarenakan kondisi masyarakat yang ada di Kabupaten Kupang yang lebih terbuka menerima pesan politik apabila disampaikan sesuai dengan kebiasaan atau tradisi masyarakat. Keberhasilan dari media komunikasi politik yang digunakan, dari begitu banyak media komunikasi yang ada, akan tergantung pada kebutuhan atau kemampuan khalayak dalam menyerap dan mengolah pesan politik yang disampaikan melalui media yang ada. Pemilihan media komunikasi harus didasarkan pada kebutuhan, minat, dan lokasi sasaran komunikasi politik. Selain itu juga, setiap media yang digunakan memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing (Arifin, 2006 : 87).



Gambar 2. Kampanye Politik Paket Komitmen

b. Pesan Politik Yang Disampaikan Melalui Media *Oko Mama*

Pesan politik merupakan pesan yang dibawah oleh komunikator politik baik dalam bentuk ide, gagasan, pikiran, perasaan, sikap maupun perilaku tentang politik dalam mempengaruhi komunikasi politik di khalayak. Pada pemilihan kepala daerah Kabupaten Kupang tahun 2018 berbagai pesan politik disampaikan terutama pesan politik dari pasangan calon Korinus Masnen-Jerry Manafe beserta tim sukses

di lingkungan masyarakat secara langsung. Dalam proses penyampaian politik ditengah-tengah masyarakat Kabupaten Kupang pasangan Korinus Masnen-Jerry Manafe selalu menyediakan *Oko Mama* dalam setiap safari politik mereka, sebagai bentuk penghargaan mereka terhadap kelompok masyarakat yang hadir. *Oko Mama* yang berisikan pinang, sirih, kapur dan tembakau disuguhkan untuk menginang atau makan bersama masyarakat, sebelum mereka menyampain berbagai ide atau gagasan politik mereka dalam membangun Kabupaten Kupang.

Penyampaian pesan politik dengan *Oko Mama* oleh pasangan Korinus Masnen-Jerry Manafe bersama tim sukses menjelang kontestasi pilkada Kabupaten Kupang tahun 2018 yaitu penyampaian visi dan misi, visi yang disampaikan yakni: Terwujudnya masyarakat Kabupaten Kupang yang maju, mandiri, sejahtera dan beriman, berlandaskan karakter budaya bangsa pada tahun 2023. Dan lima butir misi utama dalam membangun Kabupaten Kupang yakni: Terwujudnya sumber daya manusia yang berkualitas, berdaya saing, berintegrasi dan berkarakter, Terwujudnya kedaulatan ekonomi daerah berdasarkan prinsip ekonomi kerakyatan, terpiliharnya nilai-nilai budaya sebagai modal sosial bagi pembangunan ekonomi kerakyatan, terwujudnya tata kelola pemerintahan yang baik dan penegakan hukum daerah dalam rangka terwujudnya rasa aman, damai dan berkeadilan, dan yang terakhir terwujudnya pembangunan untuk semua atau pemerataan pembangunan di daerah.

Pada kesempatan itu juga pasangan Korinus Masnen-Jerry Manafe bersama tim sukses membuka ruang diskusi bagi masyarakat dalam menanggapi berbagai ide atau gagasan politik mereka untuk pembangunan Kabupaten Kupang, melakukan sesi tanya jawab bersama masyarakat yang hadir, dan pada kesempatan itu juga mereka menyampaikan pesan permohonan dukungan kepada masyarakat baik secara individu lewat pemangku adat dan juga kepada kelompok masyarakat yang hadir.

c. Peran *Oko Mama* Dalam Menarik Minat Masyarakat Terhadap Pasangan Korinus Masnen-Jerry Manafe

Oko Mama Memiliki peran sangat penting dalam proses komunikasi politik yang dilakukan pasangan Korinus Masnen-Jerry Manafe dan tim sukses pada pemilihan kepala daerah Kabupaten Kupang tahun 2018. Dalam setiap pertemuan politik *Oko Mama* Selalu digunakan sebagai media perantara bagi aktor politik yang ada beserta tim sukses dengan kelompok-kelompok masyarakat di kabupaten Kupang. Masyarakat Kabupaten Kupang akan selalu terbuka terhadap semua pihak dalam penggunaan *Oko Mama* sebagai penghubung sebelum melakukan

sebuah pembicaraan baik secara individu maupun kelompok. Walaupun dalam kenyataannya masyarakat menilai, bahwa penggunaan *Oko Mama* menjelang pilkada tidak serta merta hanya bernuansakan nilai-nilai budaya tapi justru dipolitisasi untuk mempengaruhi masyarakat dalam menentukan pilihannya.

Peran *Oko Mama* yang digunakan pasangan Korinus Masneno-Jerry Manafe beserta tim sukses sebagai salah satu media perantara komunikasi politik menjelang pilkada Kabupaten Kupang tahun 2018 yaitu sebagai media perantara dalam membangun relasi dengan masyarakat, menarik minat masyarakat berpartisipasi dalam setiap kegiatan politik dan memiliki peran dalam proses politik dengan memberikan berbagai masukan untuk pembangunan politik dan untuk mengarahkan pilihan politik atau memberikan dukungan politiknya saat pilkada tahun 2018. Walaupun efek dari penggunaan berbagai media komunikasi politik itu sangat relatif dalam suatu kontestasi politik, pasangan Korinus Masneno-Jerry Manafe bersama tim sukses menilai bahwa media *Oko Mama* memiliki peran yang baik sebagai penyambung komunikasi politik antara pasangan Korinus Masneno-Jerry Manafe, tim sukses dan kelompok masyarakat yaitu tokoh adat, tokoh masyarakat, tokoh agama dan lain-lain. Efek penggunaan *Oko Mama* dalam mempengaruhi minat masyarakat Kabupaten Kupang bisa dilihat dari hasil perolehan pasangan Korinus Masneno-Jerry Manafe yang mendapat presentase suara 33,23% suara pada saat pemilihan kepala daerah di wilayah Kabupaten Kupang.

Adapun perolehan suara dari masing-masing calon kepala daerah dan wakil kepala daerah pada pemilihan kepala daerah kabupaten kupang, dapat dijabarkan sebagai berikut, dengan jumlah pemilih yang ikut ambil bagian dalam pesta demokrasi tersebut sebanyak 159.699 jiwa.

1. Hendrik Paut, M.Pd dan Aljery Esau Monas : 39.034 (24.44%).
2. Korinus Masneno dan Jerry Manafe : 53.078 (33.23%).
3. Nelson O. Matara dan Bernard P.T.W Bait : 24.305 (15.21%).
4. Melkianus Akulas dan Joao Antonio De Jesus Costa: 29.344 (18.37%).
5. Selfester M. Banfatin dan Johanis S. Ottemoesoe : 14.208 (9.24%).

Sumber data: KPU kabupaten Kupang tahun 2018.

KESIMPULAN

Menjelang pilkada Kabupaten Kupang tahun 2018 fungsi *Oko Mama* dalam ranah sosial

dan budaya masyarakat beralih fungsi dalam ranah politik, *Oko Mama* yang berisikan pinang, sirih kapur dan uang perak merupakan alat perantara atau penghubung pembicaraan para aktor politik serta tim suksesnya dengan berbagai elemen kelompok masyarakat seperti *Usif* (raja), *Amaf* (tokoh adat), tokoh agama dan lain sebagainya. Penggunaan *Oko Mama* sebagai salah satu media strategi komunikasi politik di antara begitu banyak media seperti media sosial, media cetak, media elektronik dan lain sebagainya dikarenakan kondisi masyarakat di Kabupaten Kupang yang lebih terbuka menerima pesan politik, apabila disampaikan sesuai dengan kebiasaan atau tradisi masyarakat. *Oko Mama* yang ada digunakan dengan cara disuguhkan di atas meja untuk makan atau menginang bersama antara aktor politik dengan berbagai strata kelompok masyarakat yang hadir.

Pasangan calon Korinus Masneno - Jerry Manafe merupakan salah satu kandidat yang ikut berpartisipasi dalam kontestasi politik di Kabupaten Kupang. Berbagai strategi dan komunikasi politik dilakukan Korinus Masneno - Jerry Manafe beserta tim suksesnya untuk menarik minat masyarakat Kabupaten Kupang, termasuk salah satunya yaitu pendekatan budaya dengan menggunakan *Oko mama*. Pasangan Korinus Masneno - Jerry Manafe beserta tim sukses menggunakan *Oko Mama* untuk membangun relasi dengan masyarakat, menyampaikan pesan politik atau visi-misi, membangun konsensus bersama tokoh adat dan kelompok masyarakat lainnya, mengarahkan pilihan politik pemilih kepada calon dan untuk meningkatkan partisipasi politik masyarakat. Dengan demikian, penggunaan *Oko Mama* bisa mempengaruhi suara masyarakat Kabupaten Kupang pada pilihan politik mereka, khususnya pada pasangan Korinus Masneno-Jerry Manafe dengan presentase suara 33,23% suara saat pemilihan kepala daerah di wilayah Kabupaten Kupang tahun 2018.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardial. (2010). *Komunikasi Politik*. Jakarta: Indeks
- Arifin, A. (2006). *Pencitraan Dalam Politik: Strategi Pemenangan Pemilu Dalam Perspektif Komunikasi Politik*. Jakarta: Pustaka Indonesia.
- Cangara, H. (2016). *Komunikasi Politik Konsep, Teori, Dan Strategi*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Djuyandi, Y. (2018). *Pengantar Ilmu Politik*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Liliweri, A. (2013). *Dasar-Dasar Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Maleong, L. J. (2011). *Metode Penelitian Kaulitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ninu, J. P. (2012). *Perubahan Sosial Di Pinggiran Kota Kupang. Desertasi*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Pureklolon, T. T. (2016). *Komunikasi Politik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Jurnal

- Benigna, R. (2019). Strategi Komunikasi Politik Khofifah-Emil Dalam Pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018. *Universitas Airlangga*.
- Juniory, N. N., Neneng, Y. Y., & Djuyandi Yusa. (2020). Kampanye Politik Victory-Joss Melalui Media Sosial Pada Pemilihan Kepala Daerah Propinsi Nusa Tenggara Timur Tahun 2018. *AL-IJTIMA'I International Of Government And Social Sciences*, 5, 149-160.
- Tualaka, D. (2018, Januari 1). Degradasi Fungsi, Makna Dan Nilai Budaya Oko Mama Pada Komunitas Tukur Uab Meto. *Litera Bahasa Dan Sastra*, Vol. 4, 51-59.