



# Plagiarism Checker X Originality Report

**Similarity Found: 19%**

Date: Tuesday, January 28, 2020

Statistics: 1489 words Plagiarized / 7764 Total words

Remarks: Low Plagiarism Detected - Your Document needs Optional Improvement.

---

BAB I - PENDAHULUAN 1.1. LATAR BELAKANG Penelitian ini berusaha untuk mengungkapkan strategi komunikasi politik dalam Pemilihan Presiden 2019. Dari dua pasang calon presiden dan wakil presiden, Joko Widodo dan KH. Ma'aruf Amin versus Prabowo dan Sandiaga Uno, sosok KH. Maaruf Amin adalah sosok pilihan yang menarik. Pertama, KH.

Ma'aruf Amin berasal dari latar belakang islam yang kuat, sebagai Ketua Majelis Ulama Indonesia (MUI) periode 2015 hingga sekarang. Selain sebagai ketua MUI, Ma'aruf Amin juga Rais Am Syuriyah (Dewan Penasehat) Nahdlatul Ulama. Kedua, pilihan ini dilakukan di tengah meningkatnya arus islam dalam politik Indonesia.

Apabila pilihan ini merupakan upaya memenangkan pertarungan Pilpres kali ini, maka menjadi penting untuk menyoroti aspek komunikasi politik yang dilakukannya. Strategi komunikasi politik, terutama yang memobilisi identitas agama bukanlah hal yang baru. Meski begitu, seperti yang dapat kita lihat dalam Pilpres di Amerika Serikat, presiden Donald Trump terpilih salah satunya berkat dukungan kelompok kristen Evangelis (Katie 2019). Dari kemenangan Trump di AS, besarnya dukungan kelompok agama tertentu berpengaruh langsung terhadap hasil pemilihan.

Sebagai negara dengan penduduk Islam terbesar di dunia, bukan tidak mungkin bahwa kemenangan dalam Pilpres 2019 juga ditentukan oleh berhasil-tidaknya para calon menjangkau suara dari kelompok Islam. Dalam studi komunikasi politik, diskusi brand telah ditawarkan oleh Lilleker dan Jackson serta Busby dan Cronshaw yang menyoroti pentingnya bentuk-bentuk baru media sosial untuk memahami brand politik.

Lilleker menyoroti tantangan yang ditimbulkannya bagi partai-partai tradisional,

sedangkan Busby dan Cronshaw mengeksplorasi kemungkinan yang terbuka untuk bentuk-bentuk baru mobilisasi politik dan branding partisipasi (Needham and Smith 2015). Dalam konteks politik Indonesia hari ini, penyelenggaraan Pemilu 2019 tidak bisa dilepaskan dari mobilisasi politik dan branding partisipasi gerakan Islamis yang berawal dari protes terhadap **Basuki Tjahaja Purnama atau** lebih akrab dipanggil Ahok yang kala itu menjabat Gubernur DKI Jakarta dan dianggap menista Islam.

Mobilisasi massa besar-besaran yang berawal pada 2 Desember 2016 ini kemudian tidak berhenti setelah tuntutan memenjarakan Ahok dikabulkan. Aksi massa ini **dilembagakan menjadi Persaudaraan Alumni** 212 dengan Novel Bamukmin sebagai ketuanya. Aksi massa ini juga menginspirasi reuni 212 yang masih bergulir hingga Desember 2018 lalu, bahkan juga menginspirasi terbentuknya waralaba toko swalayan 212 mart.

Di balik mobilisasi politik dan branding partisipasi 212 ini terjadi polarisasi yang tidak dapat dielakkan. Lantaran basis dari mobilisasi politik dan partisipasi branding gerakan 212 ini adalah Islam yang nilai-nilainya begitu lekat dalam keseharian sebagian besar masyarakat Indonesia, maka dampak polarisasinya pun semakin dalam. Muncul sentimen yang menyamakan pihak yang menentang agenda gerakan 212 sebagai kelompok yang anti-Islam.

Penampakan yang paling vulgar dari setimen ini adalah pemasangan spanduk menolak menyolatkan jenazah pendukung Ahok di beberapa masjid di Jakarta Selatan pada 2017 lalu (Ahmad 2017). Kelompok Islamis hendak mengulangi kembali keberhasilan merebut kursi pemerintahan gubernur Jakarta dengan menggunakan Islam sebagai kartu truf (R 2018).

Hanya kali ini sasarannya adalah kursi kepresidenan. Banyak kalangan menilai berlanjutnya reuni 212 setelah penangkapan Ahok menunjukkan bahwa dipenjarakannya Ahok hanyalah sasaran antara, sedangkan sasaran akhirnya tetap merebut istana kepresidenan (Www.Bbc.Com 2018).

Di tengah sengkabut ini Joko Widodo mendeklarasikan **Ma'ruf Amin sebagai pasangan Cawapres** untuk maju sebagai kandidat petahana dalam **Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden** 2019. Ma'ruf Amin sendiri bukan wajah asing bagi kalangan Islamis dan gerakan 212. Ia memegang posisi sentral MUI yang mendakwa Ahok menista agama. Ma'ruf Amin juga mengaku turut membentuk gerakan 212 (Felicia 2018).

Personal branding Ma'ruf Amin sebagai penyandang gelar Kiai yang telah malang melintang dalam urusan keislaman, tampilannya sebagai sesepuh yang selalu berpeci dan bersarung, latar belakangnya dari Nahdhatul Ulama barangkali dapat memuluskan

jalan Joko Widodo untuk merangkul umat Islam. Pilihan Joko Widodo ini memang disambut baik oleh PBNU.

Namun posisi Ma'ruf Amin yang pernah ikut mendirikan gerakan 212 juga tak ayal memicu debat di kalangan pendukung Joko Widodo yang cukup berlarut, sampai-sampai muncul pertanyaan apakah Ma'ruf Amin merupakan berkah atau beban dalam kampanye Joko Widodo. Bahkan menurut Charta Politika, Ma'ruf Amin hanya difungsikan sebagai bumper politik untuk meredam serangan kelompok Islamis terhadap petahana dan sebagai penjaring suara umat Islam khususnya dari kalangan NU (Anwar 2018).

Kelompok Islamis yang bergabung dalam gerakan 212 juga nampaknya belum beralih dari posisi mereka untuk melengserkan Joko Widodo dari istana. Penelitian dari CSIS menjelaskan, jajaran pimpinan gerakan 212 telah dengan jelas menyatakan keberpihakan pada Prabowo (ARYA 2018). Maka dari itu menarik untuk dikaji lebih jauh, seberapa kuat personal branding Ma'ruf Amin sebagai tokoh Islam di hadapan branding partisipasi politik 212 pada kasus **pemilihan presiden dan wakil presiden** 2019 ini. Berdasarkan latar belakang di atas, untuk mengetahui lebih dalam terkait hal tersebut, perlu dilakukan penelitian.

Berkenaan dengan hal tersebut, peneliti menyusun penelitian dengan judul Komunikasi Politik Identitas KH. Ma'ruf Amin sebagai Strategi Depolarisasi Agama pada Kontestasi Demokrasi Pilpres 2019 di Indonesia. 1.1.A PERTANYAAN PENELITIAN Pertanyaan **yang diajukan dalam penelitian** ini, apakah personal branding Ma'ruf Amin sebagai tokoh Islam mampu menarik simpati di hadapan branding partisipasi politik 212 dan mendulang keberhasilan dalam Kontestasi Demokrasi Pilpres 2019 di Indonesia? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui mampu atau tidaknya Komunikasi Politik Identitas KH Ma'ruf Amin menarik simpati di hadapan branding partisipasi politik 212 pada kasus **pemilihan presiden dan wakil presiden** 2019? 1.1.B

TUJUAN PENELITIAN Adapun **tujuan penelitian adalah untuk** memperdalam pemahaman mengenai personal branding Ma'ruf Amin sebagai tokoh Islam mampu menarik simpati di hadapan branding partisipasi politik 212 dan mendulang keberhasilan dalam Kontestasi Demokrasi Pilpres 2019 di Indonesia. 1.2. MOTIVASI DAN URJENSI Dalam Komunikasi Politik, salah unsur penting adalah Aktor Politik.

Salah satu langkah aktor politik menjual kepada masyarakat adalah personal branding. Brand merupakan konstruksi multidimensi yang melibatkan perpaduan nilai-nilai fungsional dan emosional untuk mencocokkan harapan masyarakat dan kebutuhan psikososial. 1.3.

TARGET LUARAN RISET Dapat dimuat pada sedikitnya 3 (tiga) Jurnal Nasional Terakreditasi Dapat dimuat pada sedikitnya 1 (satu) Jurnal Internasional terindeks Scopus minimal Q2 Dapat dimuat pada sedikitnya 2 (dua) Media Nasional. 1.4. RENCANA TURUNAN RISET Tema besar diskusi publik tentang personal branding religius Menjadi bahan ajar Komunikasi Politik terkait peran Aktor Politik dalam memainkan kampanye identitas religius. BAB II - TINJAUAN PUSTAKA 2.1 KOMUNIKASI POLITIK Komunikasi politik merupakan sebuah bidang kajian keilmuan yang terus berkembang.

Meskipun kelahirannya sudah berlangsung beberapa abad yang lalu, namun komunikasi politik terus menyesuaikan dan mengikuti perkembangan zaman, sehingga menjadi model ilmu lintas disiplin yang selalu diperbarui (Miller and McKerrow 2010). Sejarah kemunculan ilmu Komunikasi Politik sebagai bidang lintas-disiplin tahun 1950-an, atau tepatnya tahun 1956, dipandang dari beberapa hal.

Yaitu proses intervensi berkaitan dengan kepemimpinan politik, dan struktur kelompok oleh sarana yang pengaruh politiknya dimobilisasi dan ditransmisikan antara lembaga pemerintahan formal, di satu sisi, dan perilaku memilih warga, di sisi lain (Miller and McKerrow 2010). Nimmo mendefinisikan komunikasi politik, bahwa komunikasi politik adalah komunikasi (aktivitas) dianggap politis berdasarkan konsekuensinya (aktual atau potensial) yang mengatur perilaku manusia di bawah kondisi konflik (Nimmo Dan, Rakhmat, and Surjaman 2005).

Kemudian komunikasi politik juga didefinisikan sebagai suatu ilmu yang mempelajari dan menelaah perilaku dan kegiatan komunikasi yang bersifat politik, berakibat politik, serta memiliki pengaruh terhadap perilaku politik (Alwi 1990). Dan McNair menegaskan bahwa komunikasi politik sebagai diskusi murni tentang alokasi sumber daya publik (pendapatan), otoritas resmi (yang diberi wewenang untuk membuat keputusan hukum, legislatif dan eksekutif), dan sanksi resmi (apa yang diberikan penghargaan atau dihukum oleh negara) (McNair 2011).

Komunikasi Politik sebagai sebuah kajian yang terus menyesuaikan dan mengikuti perkembangan zaman, selalu di redefinisi oleh berbagai ahli, salah satunya adalah Crozier. Crozier merumuskan bahwa komunikasi politik dipandang sebagai media atau saluran melalui mana informasi dan persuasi disampaikan dan dipertukarkan. Pesan hanya ditransfer dari pengirim ke penerima dengan anggapan bahwa arti "makna" pengirim tetap relatif utuh.

Asimetri dan distorsi yang signifikan dalam pertukaran ini dianggap sebagai gejala patologi propaganda. Formulasi ini bekerja dengan jenis logika linier yang menafsirkan

komunikasi dalam hal "hal-hal" yang terpisah yang diperdagangkan secara sepihak antara identitas yang berbeda dari sini ke sana (Crozier 2007).

Kemudian ditambahkan bahwa komunikasi politik merupakan bentuk pemerintahan rekursif (suatu bentuk pemerintahan yang beroperasi sesuai dengan logika informasi generatif) yang menempatkan upaya-upaya untuk menjelaskan kecenderungan ini terutama dalam hal pengumpulan kehidupan dan proses politik, baik dengan pola pikir hubungan masyarakat atau logika media (Crozier 2007). 2.2

**POLITIK IDENTITAS** Politik identitas, Bennett menyebutnya sebagai sebuah "gerakan sosial baru" yang muncul setelah tahun 1960-an berpusat pada identitas kelompok (perempuan, minoritas, imigran, dan penduduk asli) atau menyebabkan masalah antara lain anti nuklir, konservasi lingkungan, dan hak-hak khusus (Bennett 2012). Perkembangannya kemudian, melebur dengan mobilisasi yang lebih heterogen dengan serangkaian penyebab seperti keadilan ekonomi (perdagangan yang adil, ketimpangan, dan pembangunan), perlindungan lingkungan, dan perang.

Serta perdamaian yang diarahkan untuk memindahkan target dari lokal ke nasional dan transnasional dan dari pemerintah ke bisnis (Bennett 2012). Semakin beragam mobilisasi, ekspresi yang lebih personal sering terjadi, biasanya melibatkan teknologi komunikasi yang memungkinkan individu untuk mengaktifkan jaringan sosial mereka yang terikat secara longgar. Masih ada banyak politik konvensional yang didasarkan pada identifikasi dengan partai, ideologi, dan sebab-sebab umum.

Namun, kebangkitan politik yang lebih personal telah menjadi tren yang menonjol (Bennett 2012). Berbeda dengan Bennet, Syafii Ma'arif menegaskan bahwa jika dilihat dari rentang waktu, isu politik identitas baru dikaji oleh para ilmuwan sosial pada 1970-an, dan bermula di Amerika Serikat, hal itu berlangsung ketika menghadapi masalah minoritas, jender, feminisme, ras, etnisitas, dan kelompok-kelompok sosial lainnya yang merasa terpinggirkan, dan merasa teraniaya (Syafii 2010).

Kemudian cakupan politik identitas meluas kepada ikatan-ikatan kultural yang beragam, problem keagamaan, dan kepercayaan (Syafii 2010). Politik identitas di Indonesia lebih terkait pada masalah yang berkaitan dengan kelompok sosial dalam sistem sosial atau kebudayaan yang mempunyai arti atau kedudukan tertentu karena keturunan, agama, adat, dan bahasa, selanjutnya terkait dengan agama, juga ideologi, dan kepentingan-kepentingan lokal yang diwakili oleh para elit pada umumnya dengan artikulasinya masing-masing. Salah satu wujud dari politik identitas adalah gerakan pemekaran daerah.

Isu-isu tentang keadilan dan pembangunan daerah menjadi sangat sentral, namun apakah semuanya tulus atau lebih banyak dipengaruhi oleh ambisi dan keinginan para elit lokal untuk tampil sebagai penguasa, merupakan masalah yang tidak selalu mudah dijelaskan (Syafii 2010). Kemudian muncul sebuah pertanyaan, siapa yang memiliki ide pertama kali sehingga istilah politik identitas itu tercipta? Hingga detik ini belum terjawab.

Namun secara substantif, politik identitas dapat dikaitkan dengan adanya kepentingan para anggota suatu kelompok sosial yang merasa ditekan dan tersingkir oleh dominasi mayoritas dalam sebuah bangsa atau negara (Abdullah 2017). Lebih lanjut Ubed menegaskan bahwa politik identitas merupakan kajian politik yang terfokus pada permasalahan yang menyangkut perbedaan-perbedaan yang didasarkan atas asumsi-asumsi fisik tubuh (Ubed 2002).

Masalah-masalah tersebut mencakup persoalan politik yang dimunculkan sebagai akibat dari persoalan-persoalan gender, feminisme, maskulinisme, problematika politik etnis yang secara mendasar berbeda fisik, dan pertentangan-pertentangan yang dimunculkannya, atau persoalan-persoalan politik karena perbedaan agama, kepercayaan, dan bahasa dalam situasi yang sangat fundamental, multikultural, dan multi etnis (Ubed 2002).

Cukup menarik berbicara mengenai persoalan-persoalan politik karena perbedaan agama, hal tersebut akan tercipta politik identitas agama. Sebagaimana diketahui bahwa politik identitas berkenaan dengan agama, selalu hidup dalam arena politik di bumi pertiwi. Momentum beberapa pemilihan-pemilihan Kepala Daerah telah memberikan contoh nyata bagi pembenaran argumentasi bahwa identitas agama, muncul menjadi sebuah kekuatan politik. Sari berpendapat bahwa politik identitas agama merupakan proses konstruksi seperti pandangan Frederick Barth.

Barth memandang bahwa identitas agama sebagai hasil dari proses yang kompleks manakala batas-batas simbolik terus dibangun dan membangun oleh manfaat mitologi suatu hitungan sejarah untuk kepentingan situasional para elit politik (Sari 2016). Dan pada tahap selanjutnya, konstruksi identitas agama ini kemudian digunakan sebagai proses instrumentalisme.

Tujuannya adalah sebagai alat untuk manipulasi dan mobilisasi sosial demi mengukuhkan atribut-atribut agama sebagai alat kekuasaan (Sari 2016). 2.3 BRANDING Dalam literatur manajemen kontemporer, branding dipandang sebagai aspek penting identitas yang berakar dalam hubungan sosial (Marsh and Fawcett 2011). Selanjutnya Mars mengutip McDivitt (2003) yang berpendapat bahwa branding bukan hanya

pengidentifikasi atau label, branding awalnya dapat dilihat sebagai benih, sehingga perlu dirancang, diposisikan, dan didorong untuk tumbuh.

Mars juga mengutip Basu dan Wang (2009) yang menegaskan bahwa branding merupakan proses menciptakan identitas untuk suatu produk; dengan kata lain, menciptakan ekuitas konsumen dan dengan demikian berkontribusi pada penyerapan produk yang lebih besar di pasar (Marsh and Fawcett 2011). Saat ini, branding adalah kegiatan inti dari sebuah sistem kapitalisme, sehingga harus dimasukkan dalam upaya serius untuk memahami masyarakat dan politik kontemporer.

Namun, terlepas dari signifikansi sosialnya, branding jarang menjadi subjek pemeriksaan empiris bersama dan pengembangan teori di luar sekolah bisnis. Selanjutnya dalam personal branding, proses terstruktur membangun merek sebanding dengan meluncurkan merek produk baru, dan personal branding melakukan hal yang sama untuk orang-orang seperti yang dilakukan pemasar untuk produk (Marsh and Fawcett 2011). 2.4

PERSONAL BRANDING DALAM POLITIK Marsh berpendapat bahwa personal branding adalah beragam aktivitas yang dilakukan oleh individu untuk diketahui di pasar. Lebih detail Aaker menyatakan bahwa personal branding adalah himpunan karakteristik manusia yang terkait dengan suatu brand. Berbeda dengan sesuatu yang berhubungan dengan produk, yang cenderung melayani fungsi yang bermanfaat bagi konsumen, kepribadian merek cenderung melayani fungsi simbolis atau mengekspresikan diri (Aaker 1997).

Sementara itu, Hughes mendefinisikan personal branding sebagai cara untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari satu penjual, atau kelompok penjual, dan untuk membedakan mereka dari pesaing, dengan menghadirkan seseorang, sebuah nama, istilah, tanda, simbol atau desain, atau kombinasi dari semuanya, (Hughes 2007). Berbeda dengan Hughes, Bernardes mengemukakan bahwa personal branding adalah sintesis dari semua harapan, gambaran, dan persepsi yang diciptakannya di benak orang lain ketika mereka melihat atau mendengar nama Anda (Bernardez 2007).

Selanjutnya personal branding menurut Johnson merupakan proses di mana seseorang secara aktif mencoba mengelola kesan orang lain tentang keterampilan, kemampuan, dan pengalaman mereka (Johnson 2017). Personal branding sangat menonjol dalam pemasaran politik, di mana pemimpin suatu partai adalah personal branding dan diperuntukkan sebagai bagian dari strategi co-branding atau branding individu.

Hal ini merupakan fenomena yang lebih modern, karena di masa lalu pemimpin lebih

merupakan bagian dari merek partai dan karena itu bertindak sebagai lebih dari pendukung selebriti untuk merek partai. Namun seiring perkembangan, partai politik menyadari bahwa seorang pemimpin adalah penanda yang sangat baik bagi pemilih, atau konstituen, dari perubahan arah partai dan dengan demikian semakin banyak penekanan ditempatkan pada pemimpin menjadi personal branding (Hughes 2007).

Selanjutnya Isfahani berpendapat bahwa menciptakan brand yang kuat, tidak mudah. Dibutuhkan pengetahuan bagaimana cara membuat keuntungan yang baik, sehingga mampu bersaing dan memberikan keberhasilan organisasi. Personal brand juga menentukan keberhasilan seorang, sehingga dapat disimpulkan bahwa personal brand adalah popularitas seorang untuk orang lain atau nilai-nilai, perilaku dan karakteristik yang baik yang orang lain sadari dalam diri seseorang (Isfahani, Aghdaie, and Homaei 2011).

Banyak saluran tersedia di media sosial untuk menyampaikan brand pribadi seseorang seperti LinkedIn, Pinterest, Instagram, Facebook, Vimeo, YouTube dan blog (Caulfield 2005). Beberapa kandidat dan partai politik yang telah fokus pada media sosial, hal ini seperti terjadi dan berkembang pesat di Inggris, brand partai politik dan brand kandidat dikembangkan dalam domain interaktif, termasuk Facebook, Twitter, dan YouTube (Needham and Smith 2015).

Termasuk keberhasilan kampanye pertama Obama dalam menggunakan komunikasi online untuk mempromosikan dirinya sebagai pemuda, teknologi tinggi, dan responsif, partai-partai telah secara bertahap melepaskan cengkeraman di ruang online mereka, yang pada periode sebelumnya tampaknya ditandai dengan penegasan kembali hierarkis, karakteristik **komunikasi satu arah dari** media offline (Needham and Smith 2015).

Namun, brand partai politik sangat dipengaruhi oleh pemimpin besar partai politik dengan kebijakan dan nada komunikasi yang dibentuk oleh media massa. Interaktivitas online **menarik bagi orang yang** sudah tertarik dengan politik. Selanjutnya branding mungkin lebih relevan dalam kaitannya dengan kandidat perorangan, yang dapat mengembangkan reputasi lokal karena dapat diakses oleh konstituen dan berhubungan dengan masalah dunia nyata.

Dalam hal ini teknologi baru **dapat menjadi salah satu** dari sejumlah pengaruh yang cenderung ke arah pemilihan yang lebih berpusat pada kandidat (Needham and Smith 2015). Kemudian Lilleker & Jackson dan Busby & Cronshaw menekankan pentingnya bentuk-bentuk baru media sosial untuk memahami brand politik. Jaringan dan komunitas online yang difasilitasi oleh Facebook, Twitter, dan YouTube membuatnya



lebih sulit dari sebelumnya bagi pihak, dan perusahaan, untuk mengontrol merek mereka, membawa tuntutan baru untuk interaktivitas dan memberikan peluang baru bagi konsumen atau pemilih untuk membentuk brand (Needham and Smith 2015). 2.5

**POLARISASI** Polarisasi adalah hasil dari perubahan pendapat dalam arah posisi ingroup (Friedkin 1999). Selanjutnya menurut Kerr, menjelaskan bahwa, "Polarisasi adalah kecenderungan ke arah posisi yang ekstrem. Polarisasi merupakan proses, perbuatan, penyinaran, magnetisasi, kecenderungan pembagian atas dua bagian yang berlawanan dan ekstrem.

Pergeseran yang penuh resiko adalah suatu subset gejala pergeseran pilihan yang mengundang polarisasi kelompok (Kerr 1992)". Polarisasi kelompok dikatakan terjadi ketika pergeseran pilihan dalam arah yang sama dengan opini awal rata-rata (misalnya, jika pada beberapa masalah, sikap awal anggota rata-rata adalah positif/ negatif, maka sikap selanjutnya dari anggota rata-rata setelah diskusi kelompok akan lebih positif/ negatif) (Friedkin 1999).

Penjelasan tentang pergeseran pilihan adalah mendasar karena itu juga akan menjelaskan polarisasi kelompok. Polarisasi kelompok selalu melibatkan pilihan bergeser, tetapi pergeseran pilihan dapat terjadi yang terjadi tidak memerlukan polarisasi kelompok (mis., pilihan pergeseran yang berlawanan arah dari kecenderungan awal kelompok) (Friedkin 1999).

Friedkin menerapkan teori tersebut, pada pergeseran pilihan dan polarisasi dalam kelompok-kelompok kecil dan menunjukkan bagaimana teori ini dapat menginformasikan dan mengintegrasikan kerja sebelumnya. Ia menunjukkan (a) bahwa pergeseran pilihan dapat timbul hanya dari ketidaksetaraan dalam pengaruh relatif orang dalam interaksi kelompok, (b) bahwa ketidaksetaraan tersebut merupakan bagian dari proses pengaruh interpersonal, dan (c) bahwa polarisasi kelompok bukan fitur independen di mana-mana dalam proses pembentukan opini dalam diskusi kelompok tentang berbagai masalah.

Perubahan pilihan adalah produk dari struktur sosial kelompok di mana anggota tertentu memiliki pengaruh lebih dari yang lain selama proses pembentukan pendapat (Friedkin 1999) Selanjutnya McGarty berargumen bahwa polarisasi adalah orang-orang menyesuaikan diri dengan norma bersama dalam kelompok, tetapi bahwa norma bukanlah rata-rata pra-tes melainkan posisi yang paling prototipe dari kelompok.

Prototipikalitas anggota dalam kelompok didefinisikan dengan menggunakan prinsip meta-kontras: semakin sedikit seseorang berbeda dari anggota dalam kelompok dan

semakin dia berbeda dari anggota kelompok luar, semakin representatif dia, atau dia dari dalam kelompok. Jadi prototipe adalah posisi yang paling baik mendefinisikan apa yang dimiliki oleh kelompok berbeda dengan kelompok ke-0 yang relevan.

Orang dengan rasio kontras-meta tertinggi (diperoleh dengan membagi perbedaan rata-rata seseorang dari anggota kelompok keluar dengan perbedaan rata-rata dari anggota dalam kelompok) memegang posisi paling suka sama suka. Dengan demikian, posisi normatif yang paling prototipikal tidak perlu menjadi yang paling mirip dengan posisi dalam-kelompok lainnya (posisi rata-rata, yang rata-rata paling tidak berbeda dari posisi dalam-kelompok lainnya), karena posisi yang kurang mirip mungkin berbeda lebih jauh dari yang lain. kontras keluar-kelompok.

Posisi yang paling konsensual dan normatif dipahami sebagai properti kategorikal yang menentukan kelompok sebelum interaksi dan sebagai posisi di mana anggota bertemu melalui interaksi sosial (McGarty et al. 1992). BAB III - METODE PENELITIAN Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kepastakaan (library research).

Fokus penelitian kepastakaan ini dilakukan untuk menemukan berbagai teori, hukum, dalil, prinsip, atau gagasan yang digunakan untuk menganalisis dan memecahkan pertanyaan penelitian yang dirumuskan. Adapun sifat dari penelitian ini adalah analisis deskriptif, yakni penguraian secara teratur data yang telah diperoleh, kemudian diberikan pemahaman dan penjelasan agar dapat dipahami dengan baik oleh pembaca. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder.

Data sekunder merupakan data yang diperoleh bukan dari pengamatan langsung, akan tetapi data tersebut diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu. Sumber data sekunder yang dimaksud pada penelitian ini berupa buku-buku dan jurnal-jurnal ilmiah non-cetak berkenaan dengan politik identitas dan personal branding.

Pengumpulan data dilakukan dengan mencari atau menggali data dari literatur yang terkait dengan rumusan masalah. Selanjutnya data-data yang telah diperoleh dari berbagai sumber dikumpulkan menjadi suatu kesatuan dokumen, yang diperuntukkan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan. Penelitian ini menggunakan analisis anotasi bibliografi untuk menganalisa data.

Anotasi berarti kesimpulan sederhana dari suatu artikel, buku, jurnal, atau beberapa sumber tulisan yang lain, sedangkan bibliografi merupakan daftar sumber dari suatu topik (Mentari 2014). Dari kedua definisi tersebut, anotasi bibliografi diartikan sebagai

daftar sumber-sumber yang digunakan dalam suatu penelitian, yang pada setiap sumbernya diberikan simpulan terkait dengan apa yang tertulis di dalamnya.

Penelitian ini menggunakan 4 (empat) prosedur yakni, (1) Organize, yakni mengorganisasi literatur yang akan ditinjau/ di-review. Literatur yang di-review merupakan literatur yang relevan/ sesuai dengan permasalahan. Adapun tahap dalam mengorganisasi literatur adalah mencari ide, tujuan umum, dan simpulan dari literatur dengan membaca abstrak, beberapa paragraf pendahuluan, dan kesimpulannya, serta mengelompokkan literatur berdasarkan kategori-kategori tertentu (Mentari 2014); (2) Synthesize, yakni menyatukan hasil organisasi literatur menjadi suatu ringkasan agar menjadi satu kesatuan yang padu, dengan mencari keterkaitan antar literatur; (3) Identify, yakni mengidentifikasi isu-isu kontroversi dalam literatur.

Isu kontroversi yang dimaksud adalah isu yang dianggap sangat penting untuk atau dianalisis, guna mendapatkan suatu tulisan yang menarik untuk dibaca; dan (4) Formulate, yakni merumuskan pertanyaan yang membutuhkan penelitian lebih lanjut (Mentari 2014). BAB IV – HASIL DAN PEMBAHASAN 4.1 KH MA'RUF AMIN \_ \_Kyai Haji (KH) Ma'ruf Amin merupakan seorang ulama yang saat ini menjabat sebagai Ketua Umum Majelis Ulama Indonesia (MUI), Pengurus Besar Nahdlatul 'Ulama (PBNU) dan pemenang kontestasi pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Negara Republik Indonesia (NKRI) tahun 2019 (Wink 2018). Nama lengkap beliau adalah Prof.

DR. Kiai Haji Ma'ruf Amin, lahir di Tangerang, pada tanggal 1 Agustus 1943 (Wink 2018). Orang Tua beliau adalah KH. Mohammad Amin, yang merupakan ulama besar Banten. KH Ma'ruf Amin menikah dengan Siti Huriyah yang juga berasal dari keluarga ulama pada tahun 1963 (Wink 2018). Dari pernikahannya ini Ma'ruf Amin dikaruniai dua orang anak. Dua orang anak tersebut bernama Siti Haniatunnisa, Siti Makrifah.

Pada tahun 2013, istri beliau Siti Huriyah wafat. Setelah itu beliau menikah dengan Wury Estu Handayani pada tahun 2014 (Wink 2018). Masa kecil Ma'ruf Amin lebih banyak dihabiskan di desa Kresek, Tangerang. Diwaktu pagi bersekolah di Sekolah Dasar, sorenya, belajar mengaji di Madrasah Ibtidaiah. Sempat belajar agama selama beberapa bulan di Pesantren Citangkil, Silegon, Banten milik KH. Syam'un Alwiah (Wink 2018).

Pada usia 12 (duabelas) tahun di tahun 1955, ia mencari ilmu ke Pondok Pesantren Tebu Ireng, Jombang, Jawa Timur. Pesantren ini merupakan sebuah institusi pendidikan yang banyak melahirkan tokoh-tokoh ulama besar dari kalangan NU. Pendidikannya di pesantren Tebu Ireng dimulai dari dasar.

Setelah selesai menimba ilmu di pesantren tersebut, ia kemudian melanjutkan

pendidikannya di Jakarta tepatnya di Sekolah Menengah Atas (SMA) Muhammadiyah. Namun pendidikannya itu tidak selesaikan, ia lebih memilih kembali ke Banten dan lebih mendalami agama Islam di berbagai pondok, mulai dari Pesantren Caringin, Labuan, Pesantren Petir, Serang, dan Pesantren Pelamunan, Serang-Banten (Wink 2018). Setelah menikah dengan Siti Churiyah, kemudian pindah dan menetap di Jakarta Utara.

Disana ia melanjutkan pendidikannya dengan kuliah di Universitas Ibnu Khaldun Bogor pada Fakultas Ushuludin. Ia aktif di organisasi Gerakan Pemuda (GP) Ansor Jakarta dan pernah menjadi ketua pada tahun 1964. Berbekal pengalamannya sebagai ketua GP Ansor Jakarta, Karirnya di politik menanjak.

Ia berhasil menjadi anggota Dewan Perakilan Rakyat Daerah (DPRD) Daerah Khusus Ibukota (DKI) Jakarta Fraksi Golongan Islam pada Pemilu tahun 1971. Pada tahun 1989, Nama Ma'ruf Amin mulai masuk di lingkungan PBNU setelah didaulat sebagai Khatib Aam Syuriah PBNU dalam sebuah Mukhtamar NU yang digelar di Pesantren Krapyak (Wink 2018). Pasca lengsernya Presiden Soeharto pada tahun 1998, ia menjabat sebagai Ketua Tim Lima yang dibentuk oleh PBNU.

Dari tim inilah kemudian lahir Partai Kebangkitan Bangsa atau PKB. Setelah Partai Kebangkitan Bangsa berdiri, ia menjabat sebagai anggota Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia (MPR RI) dari perwakilan Partai Kebangkitan Bangsa (PKB). Ia juga pernah menjadi Ketua Komisi VI Dewan Perakilan Rakyat (DPR RI) dari Partai Kebangkitan Bangsa (PKB). Setelah KH.

Abdurahman Wahid atau Gusdur lengser dari Presiden RI ke-4, ia lebih banyak menghabiskan aktifitasnya di Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang bertugas memberikan fatwa seputar ekonomi syariah di tingkat nasional. Salah satu capaian terbesarnya di dunia ekonomi syariah, ia menjadi pencetus Dewan Syariah Nasional (DSN) lembaga di bawah naungan Majelis Ulama Indonesia (MUI).

DSN dibentuk pada tahun 1999, berdasarkan Surat Keputusan Dewan Pimpinan MUI No. 754/MUI/II/1999 tentang Pembentukan Dewan Syariah Nasional. Pembentukan lembaga itu sendiri tidak lepas dari peran dan inisiasinya sebagai ahli dalam ekonomi syariah. Karena peran aktif dan ide-idenya yang orisinal, ia kemudian dipercaya menjadi Ketua Badan Pelaksana Harian (BPH) DSN MUI.

Selama memimpin DSN, ia tercatat sangat produktif mengeluarkan fatwa sebagai pegangan umat Islam dalam aktivitas ekonomi (Lemonjake 2019). Menurut buku karyanya, "Penggerak Umat Pengayom Bangsa (2018)", disebutkan bahwa total fatwa yang telah dikeluarkan oleh DSN hingga hari ini berjumlah 116. Dengan demikian, DSN

setiap tahun rata-rata mengeluarkan 6 sampai dengan 8 fatwa.

Ia yang dikenal sebagai seorang ulama kemudian membuat Presiden Susilo Bambang Yudhoyono kala itu menunjuknya untuk masuk dalam Anggota Dewan Pertimbangan Presiden atau Watimpres (Lemonjake 2019). Pengalamannya yang sangat banyak di bidang agama dan juga politik mengantarkan KH. Ma'ruf Amin menjabat sebagai RAIS 'AAM PBNU dari tahun 2015 hingga 2020. Selain itu beliau juga menjabat sebagai Ketua MUI Pusat dari tahun 2015 (Lemonjake 2019).

Diketahui bahwa ia tidak pernah mengenyam pendidikan Magister hingga ke jenjang Doktor dalam pendidikan formalnya, namun pengetahuannya yang sangat luas tentang agama dan memiliki berbagai karya serta pemikiran, ia dianugerahi gelar Doktor Honoris Causa (Dr HC) oleh Senat Akademik Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta (Zaenal 2012).

Selanjutnya pada haru Jumat, 26 Mei 2017, ia mendapat gelar Profesor bidang Hukum Ekonomi Islam dari Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Ia dikukuhkan sebagai Guru Besar bidang Ilmu Ekonomi Muamalat Syariah berdasarkan Keputusan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor 69195/A2.3/KP/2017 tertanggal 16 Mei 2017 (Ira 2017). Sehingga mulai saat itu, ia bergelar Profesor Doktor, dan nama lengkap beserta gelar menjadi Prof. Dr (HC.). KH. Ma'ruf Amin.

Pada bulan Agustus 2018, saat ia berusia 75 tahun, tepatnya hari Kamis 9 Agustus 2019 di Restoran Plataran Jakarta, ia ditunjuk sebagai Calon Wakil Presiden Republik Indonesia mendampingi Joko Widodo sebagai Calon Presiden Indonesia pada pemilihan presiden yang digelar pada tahun 2019 (Redaksi 2018). 4.2 CALON WAKIL PRESIDEN Terpilihnya Ma'ruf Amin sebagai Calon Wakil Presiden (Cawapres) oleh Calon Presiden (Capres) petahana Joko Widodo (Jokowi), sebelumnya tidak pernah diprediksikan. Nama Ma'ruf Amin menguat dikala detik-detik bakal capres petahana Jokowi mengumumkan siapa pasangan cawapresnya.

Tersebutlah dua nama yang menguat, yakni Mahfud MD, mantan Ketua Mahkamah Konstitusi (MK), dan Ma'ruf Amin sendiri, yang ketika itu menjabat sebagai Rais 'Aam Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) dan Ketua Umum Majelis Ulama Indonesia (MUI) (Sonny 2019). Banyak kalangan mengira, Ma'ruf Amin tidak masuk sorotan Jokowi, karena ada pesaing mewakili kalangan militer, yaitu Moeldoko, Kepala Staf Kepresidenan (KSP).

Ma'ruf Amin terpilih untuk mendampingi Jokowi dalam kontestasi pemilihan Presiden Republik Indonesia (RI) pada 2019, bukan tanpa alasan. Presiden Joko Widodo yang

memutuskan Ma'ruf Amin sebagai calon wakil presiden pendampingnya dalam Pilpres 2019, memberikan penjelasan bahwa Ma'ruf adalah tokoh agama yang bijaksana, beliau juga pernah menjadi anggota legislatif DPRD, DPR, MPR, anggota Dewan Pertimbangan Presiden, Rais 'Aam PBNU hingga sekarang menjabat Ketua Umum Majelis Ulama Indonesia (Januaris 2018).

Dalam kaitannya dengan Kebhinekaan, selanjutnya Jokowi menegaskan bahwa Ma'ruf menjabat anggota Dewan Pengarah Badan Pembinaan Ideologi Pancasila (Januaris 2018). Banyak masyarakat menapat Ma'ruf Amin sebagai Ketua Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang diusung sebagai pasangan Cawapres Jokowi, memiliki tujuan untuk mempersempit ruang gerak radikalisme, ekstremisme, intoleransi, sektarianisme, dan rasisme di Indonesia yang berpenduduk mayoritas Muslim (Leo 2018).

Banyak para analis politik mengomentari dan menyoroti kemunculan nama Ma'ruf Amin sebagai kandidat wakil presiden untuk Jokowi, seperti misalnya M. Qodari dan Moch. Nurhasim (Leo 2018). M. Qodari sebagai Direktur Eksekutif Lembaga Jajak Pendapat Indo Barometer, menyebut bahwa pemilihan Ma'ruf Amin sebagai cawapres Jokowi bukanlah merupakan sebuah kejutan besar, mengingat Ma'ruf Amin menurutnya selalu ada dalam daftar kandidat calon wakil presiden Jokowi sejak awal (Leo 2018).

Selanjutnya dia mengatakan bahwa beberapa kriteria yang perlu dicermati untuk pemilihan calon wakil presiden mendampingi Joko Widodo, yaitu Pertama, tidak boleh berasal dari partai politik. Hal ini mencegah timbulnya kecemburuan dari partai-partai politik dalam koalisi; Kedua, harus dapat menjadi sebuah perwakilan untuk menanggapi berbagai macam isu khususnya yang berkaitan dengan suku, agama, ras, dan kelompok masyarakat (SARA).

Menurutnya sosok yang mampu menanggapi problem SARA harus berasal dari lingkaran "hijau", yaitu bisa berasal dari kalangan ulama atau komunitas militer; Ketiga, harus merupakan figur "senior". Karena jika calon wakil presiden relatif muda, dikhawatirkan akan menjadi kandidat kuat untuk jabatan presiden selanjutnya pada Pemilu 2024; Keempat, tidak ditolak oleh Megawati Soekarnoputri, Sang Ketua Umum PDI-P (Partai Demokrasi Indonesia-Perjuangan), yaitu partai politik utama yang mengusung Joko Widodo; Kelima, harus sesuai dengan gaya, model dan atau selera Jokowi (Leo 2018). Sementara Moch.

Nurhasim yang merupakan peneliti politik di Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) menyatakan bahwa pemilihan Ma'ruf Amin sebagai calon wakil presiden untuk Jokowi, bertujuan untuk memelihara simpati dan dukungan politik dari komunitas Muslim. Hal ini dilakukan karena Prabowo Subianto diprediksi akan melakukan hal yang

kurang lebih sama. Nurhasim menambahkan pertimbangan pragmatis bukan tanpa alasan.

Tidak bisa dipungkiri bahwa setelah gerakan massa 212 oleh kelompok Islam konservatif, kekuatan politik komunitas Muslim telah berubah menjadi sebuah gerakan politik, dengan kekuatan yang cukup luar biasa dalam memobilisasi pemilih (Leo 2018). Berdasarkan hal tersebut, Jokowi sebagai politisi tidak akan pernah mengabaikan gerakan ini.

Dengan demikian, Ma'ruf Amin dinominasikan sebagai cawapres Jokowi, dimaksudkan untuk "mengekan" gerakan politik umat Islam sehingga tidak akan menjadi "liar", seperti yang terjadi dalam pemilihan Gubernur Jakarta pada Pilkada tahun 2017. Sebuah pelajaran berharga bagi Tim Koalisi ketika Basuki Tjahaja Purnama atau "Ahok" gagal diantarkan ke kursi DKI Jakarta I – Gubernur, padahal diusung oleh koalisi partai besar yang mendukung Jokowi (Leo 2018).

Berbeda dengan para analis politik di atas, Pengamat Ekonomi Institute for Development of Economics and Finance (INDEF) Bhima Yudhistira, mengungkapkan optimismenya. Isu yang berkaitan dengan suku, agama dan ras (SARA), dan sedang ramai diperdebatan, dengan terpilihnya Ma'ruf Amin dapat diredam. Menurutnya terpilihnya Ma'ruf mampu menciptakan stabilitas politik (Bayu 2018).

Masih menurutnya, tidak akan terjadi kegaduhan yang berlebihan ketika pertarungan Pilpres diisi dengan pertarungan konsep dan gagasan. Sisi positif lain, menurutnya, Ma'ruf Amin dianggap sebagai seorang tokoh yang konsisten memperjuangkan konsep ekonomi keumatan atau ekonomi syariah. Topik pengembangan ekonomi syariah bisa menjadi sebuah janji kampanye yang menarik (Bayu 2018). 4.3

STRATEGI POLITIK Setelah Ma'ruf Amin ditetapkan Komisi Pemilihan Umum (KPU) pada 20 September 2018 sebagai Calon Wakil Presiden (cawapres) mendampingi Jokowi, ia langsung mengundurkan diri dari jabatannya sebagai Rais 'Aam PBNU, yang selanjutnya oleh rapat pimpinan PBNU, ia dimasukkan ke dalam jajaran Mustasyar bersama dengan KH Maemoen Zubair (Sonny 2019). Posisinya sebagai Rais 'Aam PBNU digantikan oleh Wakil Rais 'Aam PBNU KH Miftachul Akhyar.

Langkah politik awal yang dilakukannya adalah mengonsolidasi kekuatan warga NU. Hal itu dilakukan dengan melakukan kunjungan silaturahmi sekaligus konsolidasi ke beberapa pondok pesantren. Hal ini dilakukan dengan harapan mampu mendulang suara dari pemilih warga NU.

Konsolidasi dibungkus dengan kegiatan Halaqoh, dan silaturahmi Alim Ulama dan Kyai Pimpinan Pondok Pesantren. Ia menggunakan jajaran kepengurusan NU hingga tingkatan cabang yang mengakomodir pengurus di tingkatan kecamatan dan ranting (kelurahan) sebagai instrumen. Dengan demikian kegiatan konsolidasinya tidak perlu lagi membangun jaringan baru, dengan mengandalkan jaringan NU dalam setiap safari politiknya.

Langkah selanjutnya, Ma'ruf Amin memperluas Jaringan dengan Membentuk Barisan Pengawal. Salah satu putranya, Ahmad Syauqi Ma'ruf Amin atau akrab disapa Gus Syauqi, menginisiasi dibentuknya Master C19 Portal KMA yang merupakan kepanjangan dari Markas Terpadu Cirebon 19, adalah sebuah Poros Nyata Laskar KH Ma'ruf Amin (Sonny 2019).

Ma'ruf Amin sadar betul bahwa perjuangannya tidak cukup hanya di bawah bendera NU, sehingga organ taktis perlu dibentuk. Sebagai cawapres, harus menjadi milik semua kelompok, karena merupakan ranah nasional. Pandangan tersebut yang kemudian dibangun Master C19 Portal KMA. Personel Master C19 Portal KMA bersepakat, bahwa kehadiran mereka tidak akan mengambil peran Tim Kampanye Nasional (TKN) pasangan 01 Jokowi-Ma'ruf Amin, tapi lebih pada membantu kerja-kerja TKN (Sonny 2019). Menurut Gus Syauqi Master C19 Portal KMA tidak mengambil peran TKN.

Bisa dikatakan Portal KMA adalah pengawal Ma'ruf Amin. Master Portal KMA menggarap simpul-simpul yang tidak terkover oleh TKN (Sonny 2019). Sebagai pengawal Ma'ruf Amin, Master C19 Portal KMA merumuskan tiga poin gerakan politik. Pertama mengawal gagasan Ma'ruf Amin yang mengusung "Arus Baru Ekonomi Indonesia"; Kedua adalah konsolidator media dengan memproduksi isu-isu baik di sosial media maupun di media mainstream dengan tujuan menyampaikan pesan pemikiran-pemikiran Ma'ruf Amin dengan cara menggelar diskusi-diskusi publik, kemudian mematahkan isu-isu negatif yang diarahkan ke sosok Ma'ruf Amin; Ketiga sebagai konsolidator relawan-relawan Ma'ruf Amin.

Artinya tidak memokuskan pada relawan yang telah terdaftar di TKN. Menurut Gus Syauqi, Master C19 Portal KMA memiliki peran pemikir dan operator lapangan. Dalam rangka mengembangkan simpul jaringan Master C19 Portal KMA mendesain gerakan yang diberi nama "Rembuk Simpul/ Relawan KMA." Salah satu sasarannya mengonsolidasi kekuatan-kekuatan NU kultural, semisal jaringan kyai-kyai kampung yang menjalani tradisi amaliah NU (Ahlussunnah wal jamaah), kalangan millennial, kalangan minoritas-non Muslim, sebagai upaya memperluas jejaring (Sonny 2019). 4.4

KAMPANYE ISLAM WASATHIYAH Untuk menarik suara potensial, Ma'ruf Amin



mengkampanyekan Islam Wasathiyah (moderat). Kampanye dimaksud berlangsung di beberapa acara di dalam negeri Indonesia dan bahkan di luar negeri. Islam Wasathiyah (moderat) menurutnya, adalah sebuah model ke-Islaman yang cukup relevan dalam bingkai kenegaraan di Indonesia (Muchlishon 2018).

Islam Washathiyah adalah sebuah bentuk peneguhan atas Islam cenderung moderat dan dianut oleh sebagian Muslim di Indonesia. Ma'ruf menambahkan bahwa Islam Wasathiyah penting untuk merespon berbagai penguatan dan konsolidasi paham-paham ekstremis atas nama Islam dalam beberapa tahun terakhir (Muchlishon 2018). Ma'ruf menegaskan bahwa Indonesia berpenduduk mayoritas Muslim, tetapi Indonesia bukan sebuah negara agama.

Indonesia juga bukan negara sekuler yang berusaha memisahkan agama dan negara, seperti negara-negara Barat. Sesuai dengan kesepakatan The Founding Fathers, bahwa dasar Negara Indonesia adalah Pancasila (Muchlishon 2018). Pancasila dan Konstitusi Indonesia tertuang prinsip-prinsip konsensus yang khas dalam mengelola relasi agama dan negara.

Ma'ruf mengakui, merupakan sebuah perdebatan yang sangat panjang mengenai relasi antara agama dan negara di Indonesia. Ada kelompok yang menginginkan Indonesia menjadi negara Islam di satu sisi, dan kelompok ingin menjadikan Indonesia sebagai negara sosialis komunis di sisi lain. Dan ada juga kelompok yang tetap mempertahankan Indonesia sebagai negara bangsa yang berdasar pada Pancasila dan Konsensus Nasional.

Perdebatan terkait hal demikian, pernah mengalami titik puncaknya, yaitu dengan sebuah gerakan pemberontakan yang dilakukan oleh sebagian kelompok (Muchlishon 2018). Prinsip-prinsip Islam moderat telah berkembang di Indonesia sejak dahulu, bahkan sejak saat Islam dibawa oleh Wali Songo yang masuk ke wilayah Nusantara. Namun demikian, semangat Islam moderat (Wasathiyah) harus tetap diteguhkan mengingat paham-paham ekstrem yang mengatas namakan Islam semakin menjadi (Muhyiddin 2019). Lebih kurang ada tiga model paham-paham ekstrem atas nama Islam, yang antara lain: Penggunaan kekerasan, seperti ISIS yang dideklarasikan pada 2014.

ISIS melakukan aksi-aksi kekerasan dan perang demi menegakkan khilafah. Tidak hanya itu, mereka juga menyebut negara yang sistemnya tidak berdasarkan 'Islam ala mereka' sebagai thaghut; Penggunaan cara damai/ non-kekerasan, seperti Hizbut Tahrir. Terkadang menggunakan aksi kekerasan dan teror, seperti Jama'ah Islamiyah (JI).

Meski berbeda model dan berbeda dalam aksi, namun kelompok-kelompok ekstremisme atas nama Islam sepakat untuk anti dengan negara bangsa (nation-state) (Muhyiddin 2019). Pada kesempatan yang lain, dalam kampanye Ma'ruf yang membawa konsep Islam Wasathiyah, ia menyatakan bahwa Islam Wasathiyah adalah Islam yang berpikir luas, tidak sempit/ tekstual, dan juga terarah dan beraturan tidak liberal. Selanjutnya, Islam juga bisa menyelesaikan persoalan-persoalan kebangsaan (Muhyiddin 2019).

Masih menurutnya, cara-cara kekerasan dalam menyelesaikan persoalan tidak diajarkan dalam Islam Wasathiyah. Selain itu Islam Wasathiyah juga tidak mengajarkan penggunaan cara-cara yang tidak terpuji untuk mewujudkan keinginannya, seperti hoaks dan fitnah (Muhyiddin 2019). 4.5

**GAGASAN ARUS BARU EKONOMI INDONESIA** Sebagai pendamping petahana Presiden **Joko Widodo**, Ma'ruf Amin segera melancarkan strateginya dengan memaparkan gagasan pembangunan ekonomi Indonesia ke depan. Selanjutnya gagasannya tersebut dilabeli dengan **Arus Baru Ekonomi Indonesia** (Rara 2018). Sebuah gagasan konseptual yang disertai dengan lengkap rekomendasi programnya, hal ini yang kemudian dikenal dengan istilah Ma'rufnomics.

Secara garis besar Ma'rufnomics tersebut, menyandarkan kepada Sila ke-5 Pancasila yang diwujudkan dalam ekonomi kerakyatan dan berkeadilan sosial. Penekanannya adalah dengan mengurangi dan bahkan mengjilangkan kesenjangan antara kaya dengan miskin, kuat dengan lemah, antar daerah dan antara produk lokal dengan global. Namun perlu menjadi sebuah catatan bahwa membangun yang lemah bukan berarti melemahkan yang kuat, terlebih dengan membenturkan yang lemah dengan yang kuat.

Kan tetapi membangun yang lemah dengan menguatkan yang lemah dengan jalan kolaborasi **kemitraan antara yang kuat** dengan yang lemah. Sehingga output yang didapat adalah kesejahteraan bagi seluruh rakyat (Rara 2018). Realitas yang ada, dapat ditemukan dari proses penekanan terhadap persoalan ketimpangan ekonomi ini.

Sebuah data menunjukkan bahwa kekayaan 50 persen penduduk Indonesia menurun dalam lima tahun terakhir, dari 3,8 % (tiga koma delapan persen) total Kekayaan Nasional menjadi 2,8 (dua koma delapan persen). Hal ini terlihat pula pada penguasaan 1 % (satu persen) penduduk terkaya terhadap 45 % (empat puluh persen) Kekayaan Nasional. Hal tersebut termaktub dalam laporan Oxfam International tahun 2017 dalam ilustrasinya, yaitu empat miliarder terkaya Indonesia memiliki kekayaan lebih dari gabungan **100 juta orang termiskin** (Rara 2018).

Selanjutnya Oxfam juga mengungkapkan bahwa dalam 15 (lima belas) tahun terakhir telah terjadi konsentrasi kekayaan pada orang-orang kaya di Indonesia. Sebagian besar kekayaan tersebut dihasilkan dari sumber daya alam (SDA) dan komoditas seperti kelapa sawit, batu bara, dan mineral lainnya (Rara 2018). Selain itu, kekayaannya juga diperoleh dari sektor keuangan, teknologi komunikasi, dan multimedia.

Orang-orang kaya dimaksud, telah menggabungkan kekayaan senilai 49,8 (empat puluh sembilan koma delapan) miliar dolar AS, sementara 84 % (delapan puluh empat persen) penduduk Indonesia yang lain memiliki kekayaan yang kurang dari 10.000 (sepuluh ribu) dolar AS. Sehingga tidak mengejutkan ketika Credit Suisse pada 2016 menobatkan Indonesia sebagai sebuah negara yang memiliki ketimpangan pendapatan terburuk keenam dunia setelah Rusia, Denmark, India, Amerika, dan Thailand (Rara 2018).

Mengenai istilah ekonomi umat, salah bila diartikan sebagai ekonomi milik umat Islam semata, karena sejatinya berbasiskan pada nilai universal. Umat yang dimaksud adalah seluruh umat beragama yang di Indonesia yang berbingkai Pancasila, UUD 1945, Bhinneka Tunggal Ika, dan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Ketika ekonomi umat dikembangkan dalam bingkai umat Islam sebagai mayoritas, tidak berarti mengesampingkan umat minoritas lainnya.

Seingga dengan demikian, mengembangkan ekonomi umat berarti memberdayakan semuanya, titik beratnya terletak pada pemerataan, keadilan sosial, dan kepedulian dalam upaya memperkecil ketimpangan ekonomi saat ini. Ekonomi umat dalam 30 tahun terakhir telah mengalami peningkatan yang cukup signifikan (Rara 2018). Peningkatan tersebut tercermin dalam bentuk lembaga perbankan syariah dan telah diadaptasi oleh lembaga-lembaga keuangan lainnya seperti dalam sektor asuransi, pegadaian, bahkan pasar modal dan pasar komoditas yang berbasis syariah.

Peningkatan terjadi tidak hanya dalam hal aset, namun juga dalam variasi produk, kesadaran, dan pemahaman terhadap keuangan syariah di kalangan pelaku industri dan masyarakat, serta kerangka regulasi yang relatif sudah lengkap dan komprehensif. Menurut Ma'ruf Amin, salah satu terobosan dalam merevitalisasi ekonomi umat, adalah disalurkannya kredit ultramikro oleh pemerintah.

Terdapat anggaran sejumlah Rp 1.500.000.000.000,- (satu setengah triliun) berupa suntikan dana dari pemerintah yang diperuntukkan bagi lapangan usaha pada level di bawah usaha mikro (ultramikro) yang tidak dijangkau oleh program kredit usaha rakyat (KUR) dan sejenisnya. Evaluasi KUR yang ditemukan memiliki banyak kelemahan, kemudian dibentuklah kredit ultramikro.

Kelemahan dari KUR, salah satunya adalah penyalurannya yang menggunakan instrumen perbankan sehingga terjadi berbagai kerumitan persyaratan dan administrasi. Sementara pelaku usaha mikro dan kecil hampir seluruhnya tidak memenuhi kriteria dan persyaratan perbankan, atau tidak layak kredit. Sehingga kredit ultramikro disalurkan tidak melalui lembaga keuangan bank, tetapi melalui koperasi, Balai Usaha Mandiri Terpadu atau Baitul Maal wa Tamwil (BMT), dan koperasi pesantren.

Ma'ruf berharap dan mendorong agar NU, Muhammadiyah, dan lembaga-lembaga keummatan lainnya, mendapatkan porsi terbesar dalam penyaluran kredit ultramikro tersebut. Hal tersebut tertuang dalam rekomendasi Kongres Ekonomi Umat 2017 yang diselenggarakan oleh MUI di Jakarta pada April 2017 (Rara 2018). 4.6 ALHASIL Saat penyusunan laporan penelitian ini disusun, Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah menetapkan hasil akhir rekapitulasi penghitungan suara Pemilu 2019 baik Pemilihan Presiden (Pilpres) maupun Pemilihan Legislatif (Pileg).

Untuk Pilpres 2019, KPU menetapkan pasangan nomor urut 01 Joko Widodo (Jokowi) - Maruf Amin meraih suara 55,50 persen atau 85.607.362 suara. Jokowi-Ma'ruf unggul di 21 provinsi, yang terdiri atas Gorontalo, Kalimantan Tengah, Kalimantan Utara, Kalimantan Barat, Bangka Belitung, Bali, Sulawesi Barat, Yogyakarta, Kalimantan Timur, Lampung.

Selanjutnya pasangan nomor urut 01 itu menang di Sulawesi Utara, Sulawesi Tengah, Jawa Timur, NTT, Jawa Tengah, Kepulauan Riau, Papua Barat, DKI Jakarta, Sumatera Utara, Maluku, dan Papua. Joko Widodo dan Maruf Amin dilantik pada 20 Oktober 2019 sebagai Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia periode 2019-2024. Namun kemenangan yang diraih, pada kontestasi demokrasi pilpres 2019 perlu mendapat catatan.

Konsolidasi Ma'ruf Amin kepada organisasi terbesar di Indonesia sebut saja Nahdlatul Ulama (NU), memang sangat diperlukan. Namun penulis tidak menemukan sumber yang menyatakan bahwa Ma'ruf Amin melakukan konsolidasi kepada organisasi-organisasi lain di luar NU, padahal itu sebenarnya juga dibutuhkan.

Sehingga sungguh ironi, bulan Agustus 2018 Ma'ruf Amin ditunjuk sebagai Calon Wakil Presiden Republik Indonesia mendampingi Joko Widodo sebagai Calon Presiden Indonesia pada pemilihan presiden yang digelar pada tahun 2019, pada September 2019 keluarlah Surat Keputusan Ijtima Ulama dan Tokoh Nasional II dengan nomor 02/IJTIMA/GNPF-ULAMA/MUHARRAM/1440 H tentang Pakta Integritas Calon Presiden dan Wakil Presiden, yang pada intinya mendukung pencapresan Prabowo Subianto dan

## Sandiaga Uno.

Secara cerdas Capres Prabowo dan pasangannya Sandiaga Uno mengambil celah emosi publik dan kelompok muslim menengah. Sebagaimana pengkategorian kelompok muslim menengah yang banyak diprakarsai oleh kelompok FPI dan GNPF; kelompok tersebut lebih cenderung lekat dengan kategorisasi santri neo-revivalis (Fata 2019). Kelompok ini mengusung semangat **mengembalikan kerangka sosial, ekonomi, dan agama pada dasar-dasar agama.**

Kelompok tersebut, lengkap dengan gerakan-gerakan masanya, mempraktikkan populisme seperti hendak 'memeluk' demokrasi seraya mendesak rezim yang berkuasa agar mengakomodasi kepentingan politik mereka (Fata 2019). Fenomena ini terbukti dengan kedekatan kelompok neo-revivalis dengan kubu Prabowo-Sandi. Misalnya saja, penerimaan kubu Prabowo atas ijtima' Ulama GNPF dalam memilih wakil presiden.

Mulanya, hasil ijtima' sangat jelas mengantarkan perwakilan-perwakilan kelompok revivalis menjadi wakil dari calon presiden. Hasilnya, ulama-ulama seperti Abdul Somad dan Salim Segaf Al-Jufri yang lebih dekat dengan kategori Islam konservatif, diajukan menjadi **calon wakil presiden dalam** pemilu 2019. Walaupun hasil akhir yang berlainan, kelompok revivalis ini tetap berada di kubu Prabowo-Sandiaga.

Kelompok yang selalu berhadapan dengan negara ini mendapatkan momentumnya dalam gerakan masal 212 pada 2 Desember 2018. Dan selanjutnya kelompok ini terus didukung dalam bentuk kampanye 'damai' oleh Prabowo-Sandi, misal peresmian Gerakan Indonesia Sholat Subuh (GISS) dan reuni 212. Bentuk dukungan oleh ulama-ulama kemudian selalu dirujuk untuk **calon presiden dan wakil presiden** sesuai dengan ijtihad mereka, tak lain adalah Prabowo-Sandi.

Pasangan capres-cawapres tersebut kiranya turut mengambil untung dari gerakan massa yang telah terbukti mampu memobilisasi kalangan santri. Tidak hanya kelompok revivalis yang diwakili oleh PKS, juga kelompok NU yang turut serta dalam pengawalan fatwa ulama. Dengan demikian, secara hitung-hitungan matematis Ma'ruf Amin memang menang, tetapi tanggung jawab seorang ulama, menurut penulis kalah dan berhutang.

Polarisasi yang ada ditubuh umat Muslim baik pada warga NU kultural maupun struktural, dan pada seluruh jamaah muslim ditanah air, harusnya bisa dilakukan depolarisasi, dikembalikan seperti sebelumnya tanpa ada polarisasi. Wallahu'alam BAB. V PENUTUP 5.1 SIMPULAN Personal branding Ma'ruf Amin sebagai tokoh Islam belum mampu menarik simpati di hadapan branding partisipasi politik 212 di satu sisi dan

dapat mendukung keberhasilan dalam Kontestasi Demokrasi Pilpres 2019 di Indonesia di sisi lain. 5.2

SARAN Penelitian ini masih jauh dari sempurna, sehingga perlu dilakukan lebih lanjut penelitian-penelitian tentang personal branding dari tokoh-tokoh tanah air yang mampu membawa kepada sebuah persatuan bangsa. REFERENSI Aaker, Jennifer L. 1997. "Assessment of Thyroid Cancer Risk Factors in Kurdistan Province." *Journal of Marketing Research* 34 (3): 347–56. Abdullah, Assyari. 2017.

"Membaca Komunikasi Politik Gerakan Aksi Bela Islam 212: Antara Politik Identitas Dan Ijtihad Politik Alternatif." *An-Nida: Jurnal Pemikiran Islam* 41 (2): 202–12.

<http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/Anida/article/view/4654>. Ahmad, Rizqo Kanavino. 2017. "Viral, Masjid Ini Tolak Salatkan Jenazah Pembela Penista Agama." *News.Detik.Com*, 2017. Alwi, Dahlan. 1990. "Perkembangan Komunikasi Politik Sebagai Bidang Kajian." *Jurnal Ilmu Politik* 6. Anwar, Fachrudin Azis. 2018.

"Notes on 212 in 2018: More Politics, Less Unity." *Www.Newmandala.Org*, 2018. ARYA, FERNANDES. 2018. "Politik Identitas Dalam Pemilu 2019: Proyeksi Dan Efektivitas." *Centre for Strategic and International Studies*, no. 1. Bayu, Kencana Maulandy Rizky. 2018. "JOKOWI TUNJUK MA'RUF AMIN JADI CAWAPRES, INI PREDIKSI PENGAMAT EKONOMI." *Www.Liputan6.Com*, August 2018. Bennett, W. Lance. 2012. "The Personalization of Politics: Political Identity, Social Media, and Changing Patterns of Participation."

*Annals of the American Academy of Political and Social Science* 644 (1): 20–39. <https://doi.org/10.1177/0002716212451428>. Bernardez. 2007. "A NEW BLUEPRINT FOR POWERFUL AND AUTHENTIC PERSONAL BRANDING." *Performance Improvement* 47 (6): 34–37. <https://doi.org/10.1002/pfi>. Caulfield, Sueann. 2005. "The Policing of Public Spaces," no. May 2018: 1–20. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199843886.013.010>. Crozier, Michael. 2007.

"Recursive Governance: Contemporary Political Communication and Public Policy." *Political Communication* 24 (1): 1–18. <https://doi.org/10.1080/10584600601128382>. Fata, Mohamad Khoirul. 2019. "MEMBACA POLARISASI SANTRI DALAM KONTESTASI PILPRES 2019." *PUSHAM* 18 (November 2018): 325–44. Felicia, Facette Fersita. 2018. "Kiai Ma'ruf Amin: Dulu Saya Yang Menggerakkan Aksi 212." *Www.Jawapos.Com*, 2018. Friedkin, Noah E. 1999. "Choice Shift and Group Polarization."

*American Sociological Review* 64 (6): 856–75. <https://doi.org/10.2307/2657407>. Hughes, Andrew. 2007. "Personal Brands: An Exploratory Analysis of Personal Brands in Australian

Political Marketing." Advertising Research, no. at 309: 1114–20. Ira. 2017. "K.H. Ma'ruf Amin Dikukuhkan Menjadi Guru Besar Ilmu Ekonomi Muamalat Syariah." [Http://Sumberdaya.Ristekdikti.Go.Id](http://Sumberdaya.Ristekdikti.Go.Id), 2017.

Isfahani, Ali Nasr, Syed Fathallah Amiri Aghdaie, and Reza Homaei. 2011. "Manager ' s Personal Brands ( MPB ): The Secret of Success or Failure." International Journal of Business and Social Science 2 (20): 281–86. Januarius, Kuwado Fabian. 2018. "Ini Alasan Jokowi Pilih Ma'ruf Amin Jadi Cawapresnya." Kompas.Com, August 2018. Johnson, Katelyna M. 2017. "The Importance of Personal Branding in Social Media: Educating Students to Create and Manage Their Personal Brand." Int.

J. Educ. Soc. Sci 4 (1): 7. Katie, Gaddini. 2019. "Donald Trump: Why White Evangelical Women Support Him." Theconversation.Com, 2019. Kerr, Norbert L. 1992. 'Issue Importance and Group Decision Making', in S. Worchel, W. Wood and J. Simpson (Eds.), Group Process and Productivity. Sage Publications. Newbury Park. Lemonjake. 2019. "Kiai Ma'ruf: Pencetus Dewan Syariah Nasional Dan Fatwa-Fatwanya." Www.Kompasiana.Com, 2019. Leo, Jegho. 2018.

"Alasan Di Balik Pencalonan Ma'ruf Amin Sebagai Cawapres Jokowi." Matamatapolitik.Com, August 2018. Marsh, David, and Paul Fawcett. 2011. "Branding , Politics and Democracy." Routledge: Taylor & Francis 32 (5): 515–30. <https://doi.org/10.1080/01442872.2011.586498>. McGarty, Craig, John C. Turner, Michael A. Hogg, Barbara David, and Margaret S. Wetherell. 1992. "Group Polarization as Conformity to the Prototypical Group Member."

British Journal of Social Psychology 31 (1): 1–19. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8309.1992.tb00952.x>. McNair, Brian. 2011. An Introduction to Political Communication: Sixth Edition. Routledge: Taylor & Francis. 5th ed. New York. <https://doi.org/10.4324/9781315750293>. Mentari, Sri. 2014. "Mahasiswa Program Studi Sastra Indonesia Tahun 2009–2013 Koleksi Perpustakaan Jurusan Bahasa." Jurnal Ilmu Informasi Perpustakaan Dan Kearsipan III No.

1 (September): 14–20. Miller, Jerry L., and Raymie E. McKerrow. 2010. "History of Political Communication." Review of Communication 10 (1): 61–74. <https://doi.org/10.1080/15358590903370233>. Muchlishon. 2018. "Di Singapura, KH Ma'ruf Amin Sampaikan Urgensi Islam Wasathiyah." NU Online, 2018. Muhyiddin. 2019. "Kiai Ma'ruf Sebut Islam Wasathiyah Bisa Jadi Solusi." Republika.Co.Id, 2019. Needham, Catherine, and Gareth Smith. 2015. "Introduction: Political Branding."

Journal of Political Marketing 14 (1–2): 1–6.

<https://doi.org/10.1080/15377857.2014.990828>. Nimmo Dan, Jalaluddin Rakhmat, and Tjun Surjaman. 2005. **Political Communication and Public Opinion in America/ Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, Dan Media**. 6th ed. Bandung: Remaja Rosdakarya. R, Arifianto Alexander. 2018. "'Conservative Turn' Will Continue in Indonesian Presidential Election next Year." *Theconversation.Com*, 2018. Rara, Pratama. 2018.

"Ma'ruf Amin Dan Arus Baru Ekonomi Indonesia." *Detiknews*, September 2018. Redaksi, Kumparan. 2018. "Berusia 75 Tahun, Ma'ruf Amin Jadi Cawapres Tertua." *Kumparan.Com*, 2018. Sari, Endang. 2016. "Kebangkitan **Politik Identitas Islam Pada Arena Pemilihan Gubernur Jakarta**." *Kritis: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin 2 (2)*: 145–56. <http://journal.unhas.ac.id/index.php/kritis/article/view/4164>. Sonny. 2019.

"NILAI **STRATEGIS KEFIGURAN KH MA 'RUF AMIN SEBAGAI PASANGAN JOKO WIDODO PADA PEMILIHAN PRESIDEN 2019**." *Jurnal Renaissance 4 (02)*: 541–50. <http://www.ejournal-academia.org/index.php/renaissance> NILAI. Syafii, Maarif Ahmad. 2010. **Politik Identitas Dan Masa Depan Pluralisme Kita**. Edited by Mubarok Husni. I. Jakarta: Pusat Studi Agama dan Demokrasi (PUSAD) Yayasan Wakaf Paramadina. Ubed, Abdilah S. 2002. *Politik Identitas Etnis: Pergulatan Tanda Tanpa Identitas*.

1st ed. Magelang: Indonesiatera. Wink. 2018. "Biografi KH Ma'ruf Amin – Profil Dan Biodata Lengkap Ulama Indonesia." *Www.Biografiku.Com*. 2018. *Www.Bbc.Com*. 2018. "Reuni 212: Relevansi Gerakan Dan Upaya Menggenjot Suara Prabowo," 2018. Zaenal, M. 2012. "Senat Akademik Sepakat Anugerahkan Dr HC Kepada KH Ma'ruf Amin." *BERITA UIN Online*, 2012.

#### INTERNET SOURCES:

<1% -

<https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/6366/Bab%201.pdf?sequence=9&isAllowed=y>

<1% -

<https://www.tribunnews.com/pilpres-2019/2018/12/14/jokowi-kalah-di-media-sosial-dinilai-hoaks>

<1% - <https://www.uinjkt.ac.id/id/pertarungan-dua-pasang-kuda-pacuan/>

<1% -

<http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/KAJIAN%20BUDAYA%20ATAS%20KONDISI%20VIRTUALITAS.pdf>



<1% - <http://theconversation.com/nz/topics/diplomasi-48643/articles.atom>  
<1% - <https://perpustakaan.mahkamahagung.go.id/read/kliping/2017-05-10>  
<1% -  
<https://www.scribd.com/document/360290142/Adil-Mastjik-Dahsyatnya-Abi-Buku>  
<1% -  
<https://www.tagar.id/sukses-jatuhkan-ahok-angka-212-dipatenkan-untuk-bisnis-politik>  
<1% -  
<http://senima.conference.unesa.ac.id/ocs/index.php/senima2018/SENIMA/paper/viewFile/229/91>  
<1% - <https://setiyo.blogspot.com/feeds/posts/default>  
<1% -  
[https://mafiadoc.com/peran-partai-politik-dalam-mobilisasi-pemilih\\_5a24714c1723dd014c508139.html](https://mafiadoc.com/peran-partai-politik-dalam-mobilisasi-pemilih_5a24714c1723dd014c508139.html)  
<1% - <https://terasfakta.blogspot.com/2008/03/masalah-masalah-pendidikan.html>  
<1% -  
<https://www.slideshare.net/DeddyRahman1/skripsi-manajemen-kampanye-politik-aniessandi>  
<1% - <http://digilib.uinsby.ac.id/13374/36/Bab%202.pdf>  
<1% - <https://ilmusaudarana.blogspot.com/2016/11/>  
<1% - <https://komunikasi101.wordpress.com/2018/09/07/komunikasi-politik/>  
<1% -  
<https://bagawanabiyasa.wordpress.com/2015/11/24/media-pembelajaran-menulis-puisi/>  
<1% - <https://englishuwks.wordpress.com/category/akademik/bahan-ajar/>  
<1% -  
<https://id.123dok.com/document/qokx177y-membaca-komunikasi-politik-gerakan-aksi-bela-islam-212-antara-politik-identitas-dan-ijtihad-politik-alternatif.html>  
<1% -  
<https://anharululum.blogspot.com/2016/10/geneologi-gerakan-islam-radikal-di.html>  
<1% - <http://abbah.yolasite.com/resources/POLITIK%20IDENTITAS.pdf>  
<1% - [http://www.academia.edu/Documents/in/Politik\\_Identitas](http://www.academia.edu/Documents/in/Politik_Identitas)  
<1% -  
[https://awoxparawalie.blogspot.com/2012/08/pendidikan-dan-perubahan-sosial-budaya\\_4.html](https://awoxparawalie.blogspot.com/2012/08/pendidikan-dan-perubahan-sosial-budaya_4.html)  
<1% - <https://www.makalah-nkp.com/2018/02/8-potensi-kerawanan-pemilu-2019.html>  
<1% - <https://issuu.com/ptkpost/docs/12122011>  
<1% - <https://ajay-the-jaye.blogspot.com/>  
<1% -  
<https://www.kaskus.co.id/thread/5de7485c09b5ca4146217a20/politik-identitas-tetap-buas-masyarakat-bawah-kena-imbas/>

<1% - <http://journal.unhas.ac.id/index.php/kritis/article/download/4164/2360>  
<1% -  
<https://johannessimatupang.wordpress.com/2015/11/12/metode-penelitian-pemasaran-reguler-mandiri-nov-2015/>  
<1% -  
<http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2012-2-01999-HM%20Bab2001.pdf>  
<1% -  
<https://eprints.stikosa-aws.ac.id/11/1/4.%20STRATEGI%20BRAND%20IMAGE%20YELLO%20HOTEL%20SURABAYA.pdf>  
<1% - <https://www.prindonesia.co/feed>  
<1% - <http://www.edhyaruman.com/2013/06/>  
<1% -  
<https://money.kompas.com/read/2017/01/01/150000926/5.ide.produk.kuliner.yang.potensial.dijadikan.bisnis.pada.2017?page=all>  
<1% - <https://agustian1.blogspot.com/2013/>  
<1% - <https://madarash92.wordpress.com/2013/11/>  
<1% -  
[https://moestopo.ac.id/wp-content/uploads/2016/08/Kebijakan-Publik-Oleh-Dr.-Taufiqu-rokhan.-M.Si\\_.pdf](https://moestopo.ac.id/wp-content/uploads/2016/08/Kebijakan-Publik-Oleh-Dr.-Taufiqu-rokhan.-M.Si_.pdf)  
<1% - <http://repository.unpas.ac.id/30290/6/BAB%20III.pdf>  
<1% - [http://eprints.undip.ac.id/40779/3/BAB\\_III.pdf](http://eprints.undip.ac.id/40779/3/BAB_III.pdf)  
<1% - <https://asernulis.blogspot.com/2017/08/jenis-data-penelitian-kualitatif.html>  
<1% - <http://eprints.walisongo.ac.id/6663/4/BAB%20III.pdf>  
<1% - <http://digilib.uinsby.ac.id/4856/5/Bab%203.pdf>  
1% - <http://jurnal.idu.ac.id/index.php/JPBH/article/download/562/JPBHV9N2A2>  
<1% -  
<https://docplayer.info/61364160-Peranan-freight-forwarder-dalam-pelaksanaan-ekspor-pada-pt-purindo-logistics-di-sukoharjo.html>  
<1% -  
<https://www.nu.or.id/post/read/108101/komitmen-kiai-maruf-amin-usai-ditetapkan-jadi-wakil-presiden-ri>  
<1% -  
<http://rajatrepik.com/diumumkan-jadi-capres-pdip-secara-tertutup-jokowi-tanya-bu-mega/>  
3% - <https://www.biografiku.com/biografi-kh-maruf-amin/>  
<1% - <https://tokoh.co.id/biografi-kh-maruf-amin/>  
<1% - <https://gbiografi.blogspot.com/2010/07/>  
<1% -  
<http://badanbahasa.kemdikbud.go.id/lamanbahasa/sites/default/files/65.%20Isi%20dan%20Sampul%20Tokoh%20Indonesia%20yang%20Gemar%20Baca%20Buku.pdf>

<1% -

<https://www.moneysmart.id/mengenal-maruf-amin-sosok-ulama-keturunan-banten/>

<1% - <https://www.infobiografi.com/tag/maruf-amin-wury-estu-handayani/>

<1% - [https://issuu.com/waspada/docs/waspada\\_\\_selasa\\_28\\_desember\\_2010](https://issuu.com/waspada/docs/waspada__selasa_28_desember_2010)

<1% -

[https://s2hukum.blogspot.com/2009/12/kumpulan-tugas-makalah-mhs-s2-hukum-uid\\_13.html](https://s2hukum.blogspot.com/2009/12/kumpulan-tugas-makalah-mhs-s2-hukum-uid_13.html)

<1% -

<https://betawe.blogspot.com/2018/04/pedoman-dasar-dewan-syari-nasional.html>

<1% -

<https://www.scribd.com/document/354873736/Conservative-Turn-Indonesian-translation-pdf>

<1% - <https://mensobsession.com/article/detail2/1080/71-tokoh-berpengaruh-2016>

<1% - <https://www.mensobsession.com/article/detail/1171/tokoh-berpengaruh-2017>

<1% -

<http://www.beritamonas.com/index.php/2018/09/30/rekam-jejak-jokowi-maruf-diyakini-dapat-membawa-indonesia-lebih-maju/>

<1% - [https://issuu.com/media.andalas/docs/epaper\\_andalas\\_edisi\\_sabtu\\_11\\_agust](https://issuu.com/media.andalas/docs/epaper_andalas_edisi_sabtu_11_agust)

<1% -

<https://pemiluupdate.com/2018/02/23/pdip-resmi-usung-jokowi-sebagai-capres-pemilu-2019/>

<1% -

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/3615338/penetapan-capres-dan-cawapres-jadi-katalis-positif-di-pasar-keuangan>

<1% - [https://issuu.com/waspada/docs/waspada\\_\\_jumat\\_4\\_oktober\\_2013](https://issuu.com/waspada/docs/waspada__jumat_4_oktober_2013)

<1% -

<https://nasional.sindonews.com/read/1297011/15/warga-nu-minta-hentikan-penghinaan-terhadap-maruf-amin-1523437424>

<1% -

<https://www.idntimes.com/news/indonesia/rochmanudin-wijaya/linimasa-sidang-tahunan-mpr-2019-jokowi-beri-kejutan-apa>

<1% -

<https://nasional.kompas.com/read/2018/08/09/18381791/ini-alasan-jokowi-pilih-maruf-amin-jadi-cawapresnya?page=all>

<1% -

<https://nasional.kompas.com/read/2018/10/17/20024981/cerita-maruf-amin-bertanya-ke-jokowi-apa-saya-harus-ganti-kostum>

<1% - [https://mulpix.com/instagram/ketua\\_indonesia\\_jakarta.html](https://mulpix.com/instagram/ketua_indonesia_jakarta.html)

1% -

<https://www.matamatapolitik.com/alasan-di-balik-pencalonan-maruf-amin-sebagai-caw>

apres-jokowi/

<1% - [https://issuu.com/beritapagi/docs/selasa\\_\\_27\\_januari\\_2015](https://issuu.com/beritapagi/docs/selasa__27_januari_2015)

<1% -

<https://www.tribunnews.com/nasional/2019/12/26/posisi-wakil-moeldoko-istana-bisa-berasal-dari-partai-politik>

<1% -

<http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/6384/SKRIPSI-AGUNG.docx?sequence=1>

<1% -

<https://sukuagamaras.blogspot.com/2015/01/salah-satu-kasus-sara-di-indonesia.html>

<1% - <http://idsejarah.net/2016/07/sejarah-partai-politik-pada-masa.html>

<1% -

<https://www.liputan6.com/pilpres/read/3574428/nama-nama-ini-dinilai-bisa-gantikan-posisi-jusuf-kalla-dampingi-jokowi>

<1% - <http://repository.fisip-untirta.ac.id/947/1/Naskah%201.pdf>

<1% - [https://kabar-terhangat.blogspot.com/2016/07/liputan6-rss2-feed\\_20.html](https://kabar-terhangat.blogspot.com/2016/07/liputan6-rss2-feed_20.html)

<1% - [https://issuu.com/beritapagi/docs/rabu\\_\\_10\\_januari\\_2018](https://issuu.com/beritapagi/docs/rabu__10_januari_2018)

<1% -

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/3615089/jokowi-tunjuk-maruf-amin-jadi-cawapres-ini-prediksi-pengamat-ekonomi>

<1% -

<https://khazanah.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/18/08/30/pea53v366-pbnu-posisi-rais-aam-dibahas-setelah-penetapan-kpu>

<1% - <https://beritanuansa.wordpress.com/2012/04/page/9/>

<1% - <https://ovaovi.blogspot.com/2015/02/relasi-negara-dan-agama.html>

<1% -

[https://www.researchgate.net/publication/323518144\\_REVITALISASI\\_PANCASILA\\_DALAM\\_PENEGAKAN\\_HUKUM\\_YANG\\_BERKEADILAN\\_DI\\_INDONESIA](https://www.researchgate.net/publication/323518144_REVITALISASI_PANCASILA_DALAM_PENEGAKAN_HUKUM_YANG_BERKEADILAN_DI_INDONESIA)

1% -

<https://www.nu.or.id/post/read/97409/di-singapura-kh-maruf-amin-sampaikan-urgensi-islam-wasathiyah->

<1% - <https://anisfatayati.blogspot.com/2012/08/makalah-pancasila-dan-islam.html>

<1% -

<http://rajatrepik.com/alasan-mega-dan-anaknya-berbaju-hitam-saat-pembukaan-rakernas-pdip/>

<1% - <https://rbi.or.id/maruf-amin-dan-arus-baru-ekonomi-indonesia/>

<1% -

<https://www.liputan6.com/news/read/3615880/headline-adu-taktik-jokowi-vs-prabowo-efektif-gaet-milenial-hingga-emak-emak>

<1% - [http://www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/perpres2010\\_5.pdf](http://www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/perpres2010_5.pdf)

<1% - <https://plazaegov.blogspot.com/2017/02/empat-orang-terkaya-indonesia.html>

<1% - <https://petcah-27.blogspot.com/2015/10/sumber-daya-alam.html>

<1% -  
<https://news.detik.com/kolom/d-4231365/maruf-amin-dan-arus-baru-ekonomi-indonesia>

<1% -  
<https://zoerizuky.blogspot.com/2013/01/geopolitik-geostrategi-dan-geoekonomi.html#!>

<1% -  
<https://www.timesindonesia.co.id/read/news/183524/marufnomics-arus-baru-ekonomi-indonesia>

<1% -  
[https://mafiadoc.com/lampiran-pidato-kenegaraan-tahun-2014\\_59c17dbd1723ddd2fb171eb9.html](https://mafiadoc.com/lampiran-pidato-kenegaraan-tahun-2014_59c17dbd1723ddd2fb171eb9.html)

<1% - [http://eprints.walisongo.ac.id/1452/1/072411002\\_Bab1.pdf](http://eprints.walisongo.ac.id/1452/1/072411002_Bab1.pdf)

<1% - <https://issuu.com/harianjurnalasia/docs/05may2017>

<1% - <https://id.scribd.com/doc/11554866/KPU-Kulonprogo>

<1% -  
<https://malang.merdeka.com/kabar-malang/kpu-berharap-mahasiswa-jadi-agen-sosialisasi-pemilu-2019-181016b.html>

<1% -  
<https://www.suara.com/sport/2019/05/23/050500/jokowi-maruf-menang-pilpres-2019-begini-harapan-zohri>

<1% -  
<https://nasional.republika.co.id/berita/nasional/politik/prtim7383/kpu-tetapkan-jokowimin-sebagai-pemenang-pilpres-2019>

<1% - [https://id.wikipedia.org/wiki/Pemilihan\\_umum\\_Presiden\\_Indonesia\\_2019](https://id.wikipedia.org/wiki/Pemilihan_umum_Presiden_Indonesia_2019)

<1% - <https://www.govserv.org/ID/Jakarta/877812512348565/Pakar-Geo-Online>

<1% -  
<https://nasional.tempo.co/read/1127073/begini-arahan-rizieq-shihab-untuk-pemenangan-prabowo-sandiaga>

<1% - <https://www.hariantimes.com/politik>

<1% -  
<http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id/index.php/dinamika/article/download/1511/798>

<1% - <https://bedjonugroho.wordpress.com/author/bedjonugroho/page/2/>

<1% -  
[https://www.lppm.unair.ac.id/images/Informasi\\_KKN\\_BBM\\_Pengmas/Pengmas/2019/Panduan-Pengusulan-Proposal-Pengabdian.pdf](https://www.lppm.unair.ac.id/images/Informasi_KKN_BBM_Pengmas/Pengmas/2019/Panduan-Pengusulan-Proposal-Pengabdian.pdf)

<1% - <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/fikrah/article/view/4117>

<1% -

<https://news.detik.com/berita/d-3431691/viral-masjid-ini-tolak-salatkan-jenazah-pemela-penista-agama>

<1% - <https://rsa.tandfonline.com/doi/full/10.1080/01442872.2015.1095283>

<1% - [https://link.springer.com/chapter/10.1057/9781137488015\\_11](https://link.springer.com/chapter/10.1057/9781137488015_11)

<1% - [https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-658-00409-5\\_13](https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-658-00409-5_13)

<1% -

<https://bisnis.tempo.co/read/1115833/maruf-amin-kyai-bergelar-profesor-hukum-ekonomi-islam>

<1% - <http://www.ijbssnet.com/journal/index/751>

<1% -

[https://www.researchgate.net/publication/323619992\\_A\\_Personal\\_Branding\\_Assignment\\_Using\\_Social\\_Media](https://www.researchgate.net/publication/323619992_A_Personal_Branding_Assignment_Using_Social_Media)

<1% -

[https://www.researchgate.net/publication/228215616\\_The\\_Functional\\_Perspective\\_as\\_a\\_Lens\\_for\\_Understanding\\_Groups](https://www.researchgate.net/publication/228215616_The_Functional_Perspective_as_a_Lens_for_Understanding_Groups)

<1% -

<https://psychsource.bps.org.uk/details/journalArticle/3551801/Group-polarization-as-conformity-to-the-prototypical-group-member.html>

<1% - <http://oro.open.ac.uk/view/person/mjb2276.html>

<1% -

<https://www.crcpress.com/An-Introduction-to-Political-Communication/McNair/p/book/9780415739429>

<1% -

<https://docplayer.info/130155101-Panduan-pengelolaan-perpustakaan-sekolah-dasar.html>

<1% -

<https://edoc.pub/manajemen-komunikasi-politik-amp-marketing-politik-sejarah-perspektif-dan-perkembangan-riset-pdf-free.html>

<1% - <http://www.ejournal-academia.org/index.php/renaissance/issue/current/showToc>

<1% - <https://edoc.pub/politik-identitas-pdf-free.html>