

PUBLIC RELATIONS POLITIK NONO SAMPONO DALAM PEMILIHAN DEWAN PERWAKILAN DAERAH REPUBLIK INDONESIA PERIODE 2019-2024

Rimbo Bugis,¹ Harmonis,² Ismed Kelibay^{3*}

^{1,2}Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

³Ilmu Pemerintahan, Universitas Muhammadiyah Sorong, Indonesia

*Korespondensi: ismed92@um-sorong.ac.id

Citation (APA):

Bugis, R., Harmonis, H., & Kelibay, I. Public Relations Politik Nono Sampono dalam Pemilihan Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia Periode 2019-2024. *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(1), 12-24.

<https://doi.org/10.33506/jn.v10i1.3301>

Email Authors:

Bugisrimbo05@gmail.com,
harmonis@umj.ac.id,
ismed92@um-sorong.ac.id,

Submitted: 10 April, 2024

Accepted: 27 April, 2024

Published: 10 Mei, 2024

Copyright © 2024 Rimbo Bugis, Harmonis, Ismed Kelibay

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License



ABSTRAK

Studi ini membahas tentang Public Relations Politik Nono Sampono dalam Pemilihan Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia Tahun 2019. Politik dibentuk tentu memiliki tujuan yang dapat membantu bagi insan politik. Nono Sampono memiliki suara 65.189 terbanyak kedua dibawa Anna yang memperoleh 108.876 suara, John 63.016 suara dan Novita 62.501. Nono Sampono kembali terpilih pada Pileg DPD RI tahun 2019. Metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif diartikan sebagai suatu cara yang digunakan untuk memecahkan sebuah masalah yang diteliti, menguraikan tentang keadaan suatu subjek atau objek dalam suatu penelitian, dengan jumlah informan sebanyak 4 orang. Hasil penelitian diketahui, bahwa Nono Sampono dalam membangun relasi politik selalu mengajak silaturahmi untuk menjaga hubungan kebersamaan dan membuka ruang komunikasi melalui diskusi dan juga audiensi sehingga terbangun sebuah hubungan yang baik dengan berbagai pihak serta para tokoh dan Ormas di Provinsi Maluku. Hal inilah yang menjadikan Nono Sampono kembali terpilih menjadi Anggota DPD RI Periode 2019-2024. Demikian disimpulkan, bahwa membangun hubungan yang baik dengan berbagai elemen menjadikan Nono Sampono dikenal luas masyarakat di Provinsi Maluku. Tim Pemenangan selalu menggunakan media dalam memperkenalkan sosok Nono Sampono kepada publik Maluku, terutama program atau perjuangan dirinya selama menjadi anggota DPD RI apabila kembali terpilih.

Kata Kunci: *Public Relations, Politik, Nono Sampono, Pileg DPD RI, Tahun 2019*

ABSTRACT

This study discusses Nono Sampono's Political Public Relations in the 2019 Regional Representative Council Election of the Republic of Indonesia. Politics is formed of course with goals that can help political people. Nono Sampono had the second most votes with 65,189 votes, followed by Anna who received 108,876 votes, John 63,016 votes and Novita 62,501. Nono Sampono was re-elected in the 2019 DPD RI Legislative Election. The method used was qualitative descriptive research. Descriptive research is defined as a method used to solve a problem being studied, describing the condition of a subject or object in a study, with a total of 4 informants. The results of the research show that Nono Sampono, in building political relations, always invites friendship to maintain mutual relations and opens up communication space through discussions and hearings so that good relationships are built with various parties as well as figures and mass organizations in Maluku Province. This is what made Nono Sampono re-elected as a Member of the DPD RI for the 2019-2024 period. Thus, it was concluded that building good relationships with various elements made Nono Sampono widely known to the people in Maluku Province. The Winning Team always uses media to introduce the figure of Nono Sampono to the Maluku public, especially his programs or struggles while he was a member of the DPD RI if he was re-elected.

Keywords: *Public Relations, Politics, Nono Sampono, DPD RI Legislative Election, 2019*

PENDAHULUAN

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum, pasal 1 tentang pengertian dan istilah, bahwa Pemilihan Umum yang selanjutnya disebut Pemilu adalah sarana kedaulatan rakyat

Rimbo Bugis, Harmonis, Ismed Kelibay

untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, anggota Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden, dan untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Sedangkan, Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia atau DPD RI yang sebelum tahun 2004 disebut Utusan Daerah, adalah lembaga tinggi negara dalam sistem ketatanegaraan Indonesia yang anggotanya merupakan perwakilan dari setiap provinsi yang dipilih melalui Pemilihan Umum. Sistem memilih anggota Dewan Perwakilan Daerah menggunakan sistem *Single Non Transferable Vote*. Saat pemilu legislatif pemilih akan diberi satu surat yang berisi semua calon independent yang telah mencalonkan diri pada provinsi di mana pemilih tersebut berada.

Dalam buku (Wahid, 2016) dijelaskan, bahwa *politics* dalam bahasa Inggris, adalah *sinonim* dari kata politik atau ilmu politik dalam bahasa Indonesia, bahasa Yunani pun mengenal beberapa istilah yang terkait dengan kata politik, seperti *politics* (menyangkut warga Negara), *politias* (seorang warga Negara), *polis* (kota/Negara) dan *politeia* (Kewargaan). Pengertian leksikal seperti ini mendorong penafsiran politik sebagai tindakan-tindakan termasuk tindakan komunikasi, atau relasi social dalam konteks bernegara atau dalam urusan public.

Kemudian menurut (Nimmo, 2000) menjelaskan, bahwa politik adalah pembicaraan atau kegiatan politik adalah berbicara. Politik pada hakekatnya secara kolektif sangat mengatur kegiatan mereka dalam kondisi konflik sosial. Bila orang mengamati konflik, mereka menurunkan makna perselisihan mengenai komunikasi. Politik adalah siapa memperoleh apa, kapan, dan bagaimana serta pembagian nilai nilai oleh yang berwenang, kekuasaan dan pemegang kekuatan, pengaruh, tindakan yang diarahkan untuk mempertahankan dan atau memperluas tindakan lainnya. Lebih lanjut (Nimmo, 2000), menjelaskan sebagaimana komunikasi, maka dipahami juga politik merupakan proses yang melibatkan pembicaraan. Mark Reolofs mengatakan bahwa politik adalah pembicaraan atau lebih tepat kegiatan politik (berpolitik) adalah berbicara. Berbicara bagaimana disini dipahami sebagai pembicaraan yang melibatkan pertukaran symbol, kata-kata yang dituliskan, diucapkan, gambar, gerakan tubuh, sikap, perangai, foto, dan pakaian. Dengan begitu maka adanya komunikasi dalam politik atau komunikasi politik.

Nono Sampono yang dikenal sekarang seorang politisi, menjabat wakil ketua I DPD RI sejak 2014-2019 dan 2019-2024, tidak pernah kuliah ilmu politik atau komunikasi politik, namun karir politiknya sangat baik. Keberhasilan Nono sampono dalam memenangkan pemilihan legislatif, dewan perwakilan Daerah, bersaing dengan para calon yang dianggap memiliki kekuatan di Maluku bahkan mengalahkan Jhon Piris, yang notabene merupakan langganan Anggota DPD RI dari dapil Maluku, dan tokoh-tokoh politik lain, hal ini telah menjadi satu pembuktian Nono Sampono. Dengan kemenangan tersebut, Nono Sampono membuktikan dirinya masi diterima di publik Maluku, meskipun dengan berbagai pandangan dan issue miring tentang dirinya namun Nono Sampono mampu menjawab dengan baik sehingga masih tetap terpilih mewakili daerah Maluku pada pemilihan umum legislatif 2019.

Menurut Cutlip dan Center (dalam Effendy, 2009) *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik. Inti dari yang disampaikan di atas mengenai *Public Relations*, diantaranya yakni seseorang atau sekelompok orang atau organisasi dapat menciptakan pengaruh atau

pengertian terhadap masyarakat. Nono Sampono yang merupakan seorang pejabat publik dan politisi maka mengharuskan Nono Sampono untuk tidak lepas dari *Public Relations* terutama *Public Relations* Politik.

Public Relations politik dibentuk tentu memiliki tujuan yang dapat membantu bagi insan politik. Jika merujuk (Wasesa, 2011), maka dapat dikatakan bahwa *Public Relations* politik menyiapkan panggung bagi orang ketiga, dan memberikan kesempatan dari sudut pandang sendiri terhadap partai, tokoh politik, ataupun pesan yang diusung kepada *Target Audence*. *Public Relations* politik bertujuan untuk membuat kesatuan antar panggung aktor dan peran sehingga cara yang baik dari seorang tokoh politik maupun partai politik dapat dirasakan dengan sendirinya oleh masyarakat. Bukan hanya penampilan luar yang diutamakan melainkan lebih kepada konteks pembangunan internal dari figur tersebut. Alasan dari penggunaan *Public Relations* politik menurut (Wasesa, 2011), profesi *Publik Relation* cenderung dikaitkan dengan rekayasa citra. Ditambah dengan situasi banyaknya organisasi politik dan politisi yang cenderung menggunakan *political advertising* dari pada *political Public Relations*, semakin kuatlah adanya rekayasa citra.

Salah satu konsep dan praktek komunikasi politik yang akhir-akhir ini berkembang dalam usaha membangun citra positif menghadapi kontestasi politik adalah *Public Relations* Politik. Konsep ini didasarkan pada asumsi bahwa citra positif dapat dibangun dengan komunikasi timbal balik (*two ways traffic communication*). Karenanya dimensi hubungan atau konteks (*context*) dari komunikasi menjadi menonjol dibandingkan dengan dimensi isi pesan (*content*) komunikasi sebagaimana dalam praktek kampanye dan iklan politik yang proses komunikasinya berjalan satu arah.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian dalam hal ini peneliti berupaya melakukan deskripsi berupa fakta-fakta dan sifat-sifat (Kriyantono, 2006). Penelitian deskriptif dapat diartikan sebagai salah satu cara yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah yang diteliti, dengan menguraikan tentang keadaan suatu subjek atau objek dalam suatu penelitian, dengan jumlah informan sebanyak 4 orang informan. Dalam hal ini, Pendekatan *Public Relations* Politik Nono Sampono Menjadi Anggota DPD RI Periode 2019-2024 misalnya perilaku, persepsi motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik, dan dengan cara deskripsi melalui kata-kata dan bahasa pada suatu konteks kasus yang alamiah dan dengan memanfaatkan metode alamiah (Moleong, 2007). Penelitian deskriptif merupakan suatu metode yang dapat digunakan untuk dalam suatu studi yang kemudian menggambarkan atau menganalisis hasil suatu penelitian dan tidak untuk digunakan membuat suatu kesimpulan yang meluas (Sugiyono, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kemenangan Nono Sampono dalam Pemilihan Umum Legislatif Anggota DPD RI 2019, ditetapkan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) melalui Keputusan KPU Nomor : 1319/PL.01.9-Kpt/06/KPU/VIII/2019, tertanggal 31 Agustus 2019. Berikut adalah calon terpilih anggota DPD RI Daerah Pemilihan (Dapil) Provinsi Maluku periode 2019-2024, diantaranya: (22) Anna Latuconsina, SH., dengan raihan suara sah sebanyak 119.091, (46) Novita Anakotta, SH., MH., dengan raihan suara sah sebanyak 85.862, (39) Mirati Dewaningsih, ST., dengan raihan suara sah sebanyak 62.135, dan (45) Nono Sampono, M.Si., yaitu dengan meraih suara sah sebanyak 60.934 (*video.tribunnews.com*).

Nono Sampono kembali menang dan mengalahkan seperti Jhon Piris, Lutfi Sanaki, dan beberapa calon lain yang memang sudah populer sejak lama di Maluku (*rakyatmaluku.com*).

Relasi Politik Nono Sampono

Peneliti setelah melakukan wawancara dengan Bapak Nono Sampono, mengenai relasi politik yang dibangun sehingga kembali terpilih menjadi anggota DPD RI Periode 2019-2024. Nono Sampono memiliki relasi politik dengan para tokoh agama, tokoh masyarakat, tokoh pemuda dan ketua-ketua organisasi di Maluku, hal tersebut sebagaimana yang disampaikan dalam wawancara sebagai berikut:

“Ya. Saya dibantu oleh para tokoh masyarakat, tokoh agama, tokoh pemuda, dan ketua-ketua organisasi tertentu di Maluku, hal itulah sehingga menjadikan saya kembali memperoleh satu kursi di DPD RI Periode 2019-2024. Saya kedatangan para tokoh di kediaman saya di Kamiri dan terkadang mendatangi mereka para tokoh masyarakat, tokoh agama, tokoh pemuda dan ketua-ketua organisasi tertentu tersebut untuk membangun silaturahmi. Dengan berdiskusi satukan persepsi serta saya memberikan ide dan solusi untuk membangun dan menyelesaikan masalah-masalah Maluku baik saat ini maupun di kemudian hari nanti”. (Nono Sampono, Wawancara November, 2019).

Kemudian, peneliti juga mewawancarai Ketua Tim Pemenangan Nono Sampono, hal tersebut sebagaimana diperkuat dengan pernyataan yang disampaikan oleh Marim Purba selaku Ketua Tim Pemenangan terkait apakah ada tokoh masyarakat, tokoh agama, tokoh pemuda, dan ketua-ketua organisasi tertentu di masyarakat yang mengenal Nono Sampono ketika TIM bekerja di lapangan pada Pileg DPD RI 2019:

“Ya... Pak Nono sudah menjabat dua periode di DPD RI, beliau memiliki hubungan dengan masyarakat itu dimana-mana, dari berbagai macam lapisan masyarakat, bahkan ada tokoh masyarakat yang kita kerjasama bahkan seperti Gubernur dan Bupati-bupati, namun hanya sebatas komunikasi dan mereka menganggap Pak Nono merupakan tokoh sentral. Masyarakat sudah suka dan senang serta telah mengenal Pak Nono, sehingga Tim tidak melakukan pendekatan khusus, karena Pak Nono Sampono sudah lama dikenal di masyarakat. Jadi lebih mudah ‘menjual’ dan mengkampanyekan figur Pak Nono di masyarakat”. (Marim Purba, Wawancara November, 2019).

“Lebih lanjut ditambahkan, Marim Purba selaku Ketua Tim Pemenangan, bahwa Tokoh masyarakat juga ikut membantu mensosialisasikan Pak Nono, terkait Visi Pak Nono dalam konsep pembangunan, khususnya jalan keluar bagi Maluku yang terdiri dari banyaknya kepulauan dalam rentang yang luas. Bahkan ada dari mereka yang sudah mensosialisasikan jauh sebelumnya, karena Pak Nono sering turun ke daerah-daerah saat masa reses, dan bertemu langsung dengan masyarakat sehingga masyarakat sudah memahami konsep dan Visi Pak Nono”. (Marim Purba, Wawancara November, 2019)

Peneliti juga mewawancarai salah satu Tokoh Masyarakat, yakni Muhammad Anshari yang merupakan Ketua Partai Solidaritas Indonesia, sekaligus ketua Pimpinan Wilayah Pemuda Muhammadiyah Maluku, sebagaimana yang disampaikan berikut ini:

“Iya... Saya mengenal beliau ketika sama-sama dalam satu acara rapat kerja wilayah perhimpunan Mahasiswa Kesehatan Maluku (PMKM). Saya selaku dewan pembina dan beliau ketika itu menjadi keynote speaker dalam diskusi kami dari PMKM. Beliau sangat low profile, cerdas, berintegritas, punya komitmen dan keberpihakan untuk rakyat Maluku terlihat dari berbagai langkah dan perjuangan beliau, dari sisi pergaulan beliau humble, rendah hati, dan

dekat dengan semua lapisan masyarakat tanpa melihat latar belakang Agama, suku, dan lainnya. Hal itulah yang membuat saya memilih beliau dan ikut mensosialisasikan beliau meskipun dalam lingkup yang terbatas”. (Muhammad Anshari, Wawancara November, 2019).

Nono Sampono dalam membangun relasi politik dengan pihak lain seperti yang telah dijelaskan dalam hasil wawancara di atas, bahwasanya Nono Sampono selalu mengajak silaturahmi untuk menjaga hubungan kebersamaan dan membuka ruang komunikasi melalui diskusi dan ada juga yang dengan melalui audiensi sehingga terbangun sebuah hubungan yang baik antara kedua belah pihak. Karena dari silaturahmi dan audiensi atau diskusi yang dilakukan Nono Sampono dengan masyarakat atau dengan tokoh masyarakat guna membicarakan berbagai macam persoalan yang diharapkan menjadi kepentingan bersama. Hal tersebut sebagaimana yang disampaikan (Nimmo, 2000) menjelaskan, bahwa politik adalah pembicaraan atau kegiatan politik untuk kepentingan bersama. Hal tersebut terjadi mungkin karena Nono Sampono merupakan salah satu wakil ketua DPD RI sejak Periode 2017-2019 dan 2019-2024. Mungkin karena pengaruh jabatan tersebut juga seperti apa yang di katakan ketua Tim Pemenangan Nono Sampono, Marim Purba dalam wawancaranya.

Silaturahmi dan diskusi juga dapat menimbulkan rasa saling percaya seperti apa yang dikatakan (Nova, 2011), dimana “Fungsi utama *Public Relations* adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antar lembaga (organisasi) atau dalam hal ini Nono Sampono itu sendiri dengan publiknya atau tokoh-tokoh organisasi yang mana akan menjadi perantara atau perwakilan publik, internal maupun eksternal dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga organisasi atau Nono Sampono itu sendiri”. Hal yang penulis tangkap dari pengertian internal maupun eksternal dalam berupaya menjadi perantara dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi partisipasi publik itu sama seperti Nono Sampono ketika membangun hubungan dengan Tim Pemenangan dan tokoh masyarakat, tokoh agama, tokoh pemuda, ketua-ketua organisasi untuk menjalankan fungsi tersebut. Salah satunya yang penulis amati dari ruang publik dan tokoh-tokoh masyarakat yang penulis ketemu sebagian besar mengatakan bahwa Nono Sampono merupakan pribadi yang cerdas, *low profile*, berintegritas, punya komitmen dan keberpihakan untuk rakyat terutama rakyat Maluku di mana para tokoh tersebut melihat dari berbagai langkah dan perjuangan Nono Sampono itu sendiri. Sementara dari sisi pergaulan beliau menurut mereka sangat humble, rendah hati dan dekat dengan semua lapisan masyarakat tanpa melihat latar belakang Agama, suku, dan lainnya.

Hype Politik Nono Sampono

Selain Relasi Politik Nono Sampono, peneliti juga memperoleh informasi tentang Hype Politik Nono Sampono pada Pileg DPD RI 2019-2024, dengan mewawancarai Nono Sampono dengan pertanyaan apakah ada media kerjasama dalam membantu kampanye pada Pileg DPD RI 2019-2024. Media kebanyakan mempublikasikan kegiatan Nono Sampono yang memang bersifat umum kepada masyarakat sebagaimana yang disampaikan Nono Sampono berikut ini:

Saya punya media sosialisasi juga, yaitu (nonosampono.info), namun untuk media-media menstim saya mengangkat isu-isu strategis seputar Maluku, sehingga merangsang media dan menjadi berita menarik dengan sendirinya media dapat membantu mempublikasikan isu-isu yang tengah di perjuangkan. Terkadang saya mengajak media ikut observasi di lapangan untuk menyaksikan kunjungan reses dan kegiatan sosial lain. Selain itu, saya memiliki media sosial yang dikelola oleh TIM saya. Prinsipnya, media-media tersebut bekerjasama

membantu mempublikasikan kegiatan sosial kemasyarakatan, diskusi-diskusi, pemberian bantuan untuk Mesjid, Gereja, ibu-ibu majelis taklim dan Pasantren”. (Nono Sampono, Wawancara November, 2019).

Nono sampono menggunakan media untuk menyampaikan isu-isu penting yang memang lagi diharapkan oleh masyarakat dan daerah-daerah di Maluku, sebagaimana yang sampaikan lebih lanjut dalam kutipan wawancara berikut ini:

“Isu-isu seputar RUU daerah kepulauan, 13 DOB dan Maluku harus menjadi sentral logistik untuk wilayah timur Indonesia. Dengan cara membangun pelabuhan besar di Maluku. Agar wilayah timur Indonesia dalam rangka pembelanjaan barang-barang logistik tidak perlu ke pulau Jawa dan cukup di Maluku. Selain itu, saya juga menegaskan bahwa RUU daerah kepulauan adalah inisiasi DPD RI, yang saat itu saya sendiri yang mewakili organ DPD RI menandatangani naskah-naskah Progelenas 2017. Dan Alhamdulillah semoga 2020 akan terealisasi. Hal ini penting dilakukan karena RUU tersebut menjadi pintu bergaining piscal untuk Maluku. Saya sudah sering kali bertemu Presiden, Menteri Keuangan, dan Menteri Dalam Negeri, untuk presure masalah 13 DOB, tetapi keputusan itu ada di tangan organ eksekutif sebagai eksekutor”. (Nono Sampono, Wawancara November, 2019).

Lebih lanjut, peneliti juga mewawancarai mewawancarai Marim Purba, selaku Ketua TIM pemenang terutama media mainstrim dalam membantu Nono Sampono dalam kampanye pada Pileg DPD RI 2019-2024. Hal tersebut sebagaimana yang dijelaskan berikut ini:

“Media mainstrim yang menjadi mitra adalah Radio DMS Ambon. Mereka yang juga mengajak beberapa Media lain secara pribadi untuk ikut bergabung mensosialisasikan pak Nono. Hal ini dikarenakan pak Nono merupakan Tokoh Masyarakat Maluku yang sudah populer dan terkenal dicintai Masyarakat Maluku, maka semakin muda kami (TIM) dalam membangun kerjasama dengan pihak lain termasuk Media. Sementara program Kerjasama dengan Media dilakukan dengan siaran langsung kegiatan, penulisan pemberitaan, iklan, atau wawancara “on air” dengan tanya jawab ke publik menyangkut berbagai isu pembangunan dan kebudayaan di Maluku”. (Marim Purba, Wawancara November, 2019).

Peneliti kembali mewawancarai Muhammad Anshari selaku Tokoh Masyarakat dengan pertanyaan, apakah ada dampak media tentang sosialisasi Nono Sampono yang anda rasakan pada Pileg DPD RI 2019-2024. Karena dirinya merupakan tokoh publik dengan sendirinya masyarakat selalu mengikuti apa yang disampaikan dan apa yang dilakukan terutama mengenai Maluku:

“Ya.. karena beliau adalah Wakil Ketua DPD RI Periode sebelumnya, jadi pemberitaan tentang beliau itu sangat banyak dan setelah masuk kampanye Tim Media Nono Sampono sangat masif memposting beliau sehingga saya makin percaya dan yakin terhadap beliau. Bahkan saya menggunakan Facebook dan Whatshapp grup untuk menshare link-link berita atau gambar-gambar tentang beliau”. (Muhammad Anshari, Wawancara November, 2019).

Pembahasan mengenai Hype Politik yang berkaitan dengan media komunikasi dan publikasi, Nono Sampono mengatakan kalau ada media yang membantu mempublikasikan kegiatan yang dilakukan, seperti kegiatan sosial kemasyarakatan, diskusi, pemberian bantuan-bantuan untuk masjid-mesjid, gereja- gereja, ibu-ibu majelis taklim dan Pasantren-pasantren. Bahkan Nono Sampono sendiri memiliki media online sendiri (*nonosampono.info*), namun yang dikejar oleh Tim Pemenangan Nono Sampono untuk DPD RI 2019, yaitu media maenstrim. Media yang diharapkan untuk mempublikasikan Nono Sampono seperti media-media yang suda punya nama bukan hanya media online, radio namun

seperti televisi. Keinginan untuk dapat mempublikasikan di media-media besar itu merupakan tujuan utama Tim, sebagaimana pantauan peneliti saat dilapangan.

Kita semua tahu bahwa dalam pengelolaan media masa tidak hanya bersumber kepada figuritas, namun apa yang disampaikan juga itu merupakan hal yang sangat penting diperhatikan, sehingga ada Tim yang memainkan peran di media sosial untuk membantu apabila media-media besar tidak mengambil apa yang Nono Sampono lakukan. Untuk mengambil atau dipublikasi, Nono Sampono mengundang media atau wartawan untuk mengikuti segala macam kegiatan yang sedang dilakukan. Dengan begitu, maka pesan politik yang disampaikan narasumber kunci, Nono Sampono dapat terseampaikan. Lord Windlesham (Effendy, 1992) menekankan, komunikasi politik adalah suatu penyampaian pesan politik yang sengaja dilakukan oleh komunikator kepada komunikan dengan tujuan membuat komunikasi berperilaku tertentu.

Seperti yang suda dikatakan sebelumnya, Nono Sampono dalam mengejar ruang publik tersebut ada yang melakukan siaran langsung kegiatan, penulisan pemberitaan, iklan, dan atau wawancara 'on air' dengan tanya jawab ke publik menyangkut berbagai isu pembangunan dan kebudayaan. Dari situlah Tim Pemenangan dapat memilah-milah untuk disampaikan di ruang publik melalui media serta memiliki ide dan gagasan yang dapat di publikasikan pada media-media tersebut. Meskipun dari kesemuanya ide tersebut ada yang diprioritaskan lebih dulu, namun secara umum ide dan gagasan yang dimiliki Nono Sampono dilemparkan keruang publik, sehingga jika media-media tidak dapat mampu menyampaikan ide dan gagasan Nono Sampono di parlemen, maka Tim memperispkan media sosial untuk rakyat dapat mengetahuinya lewat *facebook* dan grub-grub *watshapp*, selain media *online* Nono Sampono itu sendiri.

Reputasi Politik Nono Sampono

Reputasi politik yang dilakukan Nono Sampono dalam Pileg 2019-2024. Peneliti telah melakukan wawancara bersama Nono Sampono, mengenai manajemen reputasi politik dengan pertanyaan, apakah ada perubahan hubungan atau pendekatan dengan masyarakat saat hari biasa dengan hari kampanye Pileg DPD RI 2019-2024. Hal ini kemudian disampaikan dalam kutipan wawancara berikut:

"Sebenarnya tidak ada perubahan hubungan atau pendekatan, pada hari biasa dengan saat momentum Pileg. Hanya saja saat Pileg agenda pertemuan dan siraturahim mayarakat lebih padat ketimbang hari biasa. Bahkan pada hari biasa siraturahim dan kunjungan ke daerah-daerah terpencil sangat sering. Bahkan pada 11 Kabupaten Kota di Maluku sudah pernah saya jangkau sebanyak 30% lebih. Biasanya sebelum Pileg dan sesudah Pileg, saya datangi daerah Dapil dalam sebulan 2 hingga 3 kali, sehingga dari situ masyarakat merasakan bahwa kita selalu memperhatikan mereka". (Nono Sampono, Wawancara November, 2019).

"Lebih lanjut ditambahkan Nono Sampono. Saya melakukan sosialisasi, sebagaimana yang saya sampaikan sebelumnya, bahwa saya membangun diskusi, membuat seminar, dan sejenisnya di masyarakat tentang RUU daerah kepulauan, 13 DOB dan isu-isu terkini seputar masalah Maluku. Kemudian mengundang pihak penyelenggara untuk memberikan pencerahan dan edukasi politik di kediaman saya. Selain itu saya perbanyak cetak kalender dan kartu nama serta atribut lain yang di distribusikan Tim kepada masyarakat. Saya pada biasanya saat mengunjungi masyarakat tidak banyak jual janji tapi jual konsep dan ide, (Nono Sampono, Wawancara November, 2019).

Peneliti kembali mewawancarai Marim Purba selaku Ketua Tim Pemenangan Nono sampono,

mengenai cara Tim menepis isu-isu liar yang menjatuhkan Nono Sampono di masyarakat saat Pileg DPD RI 2019-2024. Sebagaimana dapat dilihat pada kutipan wawancara berikut:

“Tidak ada pendekatan khusus, hanya menyampaikan Visi saja dan diharapkan tumbuh kesadaran masyarakat untuk memilih pak Nono, karna kami yakin pak Nono sudah berbuat banyak dan masyarakat pasti tidak melupakan itu semua yang pak Nono berbuat dan akan pak Nono perjuangkan. Masyarakat memilih berdasarkan banyak faktor. Salah satu faktor utama adalah popularitas pak Nono, bukan semata mata karena peran Tim, namun karena memang pak Nono sudah berbuat kepada masyarakat”. (Marim Purba, Wawancara November, 2019).

Dari penjelasan di atas sebagaimana diperkuat oleh Muhammad Anshari selaku Tokoh Masyarakat dengan pertanyaan, apa saja kebiasaan Nono Sampono dan sosoknya dalam masyarakat yang anda ketahui terutama saat Pileg DPD RI 2019. Berikut adalah kutipan wawancaranya:

“Pak Nono Sampono sangat ditokohkan, karena memperjuangkan kepentingan daerah dan dekat dengan publik Maluku. Beliau Luar biasa karena beliau banyak turun langsung ke masyarakat, hampir separuh negeri telah dikunjunginya, temui Tokoh Masyarakat, Agama, Adat, dan para Pimpinan OKP/ORMAS, berdiskusi dengan akademisi, dan komponen masyarakat lainnya, hal ini membuktikan beliau luas dalam pergaulan, sangat intens menyerap aspirasi masyarakat dan tentu saja dijawab dengan berbagai tindakan nyata sesuai tugas dan kewenangan beliau sebagai DPD RI”. (Muhammad Anshari, Wawancara November, 2019).

Pada dasarnya dalam menjaga reputasi politik dengan rakyat harus sesuai dengan keinginan rakyat, karena hal tersebut akan menjadikan simpati rakyat terhadap sosok figur yang nanti menjadi keterwakilan daerah yang didalamnya terbawa kepentingan rakyat itu sendiri. Nono Sampono merupakan pribadi yang cukup populer di kenal luas di masyarakat karena kedekatannya dengan semua orang, mulai dari rakyat biasa hingga mereka-mereka kaum intelektual dan tokoh-tokoh agama, adat, dan lain sebagainya, dari semua lapisan masyarakat, bahkan Gubernur maluku dan Bupati/ Walikota. Sehingga nama dan kepercayaan rakyat terhadap dirinya sebagai anggota DPD RI terus tetap terjaga di masyarakat. Dan apabila ia merespon isu-isu miring yang berkeliaran dalam dinamika politik, maka bukan hanya hubungan dengan rakyat yang mulai retak namun reputasinya di wilayahpun ikut memudar. Beliau bahkan lebih memilih berdiskusi dengan masyarakat yang tidak terlibat isu-isu yang tidak bermanfaat untuk kepentingan daerah.

Bukan hanya diskusi langsung tatap muka, komunikasi melalui SMS dan Watshapp, Nono Sampono selalu merespon kepada siapa saja asalkan itu bermanfaat untuk kepentingan pembangunan Maluku. Dalam pendekatan sangatlah mendapatkan simpati masyarakat, kecintaan dan ketulusan beliau itulah yang membuat masyarakat menaruh harapan dan memberikan pilihan masyarakat kepadanya. Reputasinya terjaga dikarenakan Nono Sampono memiliki pribadi yang sejuk, humble, merakyat dan memiliki kepekaan sosial yang tinggi karena mau duduk bersama atau mau mendengar jeritan aspirasi masyarakat, sehingga kerja-kerja Tim tidak memakan energi dan menurut pengamatan peneliti, hal tersebut yang berbeda dengan para kandidat lain yang mana tidak memiliki kepribadian dan kebiasaan yang sama seperti Nono sampono, sehingga ada yang belum mendapatkan kepercayaan rakyat Maluku untuk menjadi senator mewakili Provinsi Maluku di Parlemen.

Karena Lembaga Legislatif dalam menjalankan amanah rakyat memiliki beberapa fungsi dimana menurut (Baiduri, 2007) yang mengemukakan, bahwa wujud dan fungsi lembaga legislatif secara umum

diantaranya, Pembuat Keputusan yang merupakan fungsi lembaga legislatif saat dihadapkan pada berbagai masalah didalam masyarakat demi terwujudnya kesejahteraan bersama atas tujuan bersama yang disepakati. Ukuran pelaksanaan fungsi ini dapat dilihat dari kemampuan lembaga ini mengantisipasi perkembangan masa depan, mengidentifikasi problem-problem utama, dan kemampuan menjadi mediasi penyelesaian berbagai konflik secara damai dan juga fungsi Pembentukan Legitimasi atau merupakan fungsi lembaga perwakilan atas nama rakyat berhadapan dengan pemegang kekuasaan (pemerintah). Pelaksanaan fungsi ini akan menentukan stabilitas politik dan iklim kerja yang efektif bagi pemerintah. Dan itu semua harus dikerjakan oleh orang ikhlas, jujur dan cerdas seperti Nono Sampono yang juga memiliki pergaulan yang luas dari tingkat nasional hingga lokal.

Komunikasi Politik Nono Sampono

Dalam hal di atas, peneliti kembali mewawancarai Nono sampono mengenai strategi membangun Komunikasi Politik yang dilakukan bersama Tim Pemenangan pada Pileg 2019. Sebagaimana disampaikan dalam kutipan wawancara berikut:

“Iya... Tim Pemenangan saya memiliki kontribusi dan andil dalam memenangkan saya sebagai senator dari Maluku. Saya terpilih dan terwujud karena atas kerjasama dan kerja keras saya dan Tim di lapangan. Tim saya hanya berjumlah tidak lebih dari 20 orang. Tapi banyak Tokoh Pemuda, Masyarakat, Adat, Ketua Ormas tertentu yang datang ingin memberikan dukungan sekaligus mendeklarasikan diri mereka sebagai Tim untuk membantu saya dengan Tim inti. Hal ini di dorong atas dasar satu persepsi dan satu Visi untuk membangun Maluku. Oleh sebab itu, dengan Tim yang ada ini, maka saya membuat strategi yang baik sehingga bisa terpilih. Bahkan pada periode pertama sering di datangi masyarakat dengan membawa batuan. Alhamdulillah bisa terpilih”. (Nono Sampono, Wawancara November, 2019).

“Selain itu, kembali ditambahkan Nono Sampono. Saya sudah memiliki hubungan emosional yang sudah terpupuk lama dengan beberapa elit di Maluku terutama para upulatu, tokoh agama, adat, pemuda. Sehingga, saya muda membangun komunikasi dengan mempresentasikan niat baik saya untuk ingin jadi senator. Saya menawarkan konsep strategis mengenai membangun Maluku, maka dengan sendirinya mereka menawarkan diri untuk bersedia menjadi Tim dilapangan, selain Tim yang saya siapkan dari Jakarta, yang melibatkan staf dan orang-orang dekat saya”. (Nono Sampono, Wawancara November, 2019).

Peneliti kemudian mewawancarai Marim Purba, selaku Ketua Tim Pemenangan Nono Sampono dengan pertanyaan, kenapa menjadi Tim Pemenangan pak Nono Sampono dalam Pileg DPD RI 2019. Berikut kutipan wawancaranya:

“Saya adalah Staf Ahli pak Nono dalam posisinya sebagai Wakil Ketua DPD RI, dan semua staf ahlinya terlibat dalam Tim pemenangannya. Membangun rasa saling memiliki, membangun hubungan emosional yang kuat dan Tim di susun berjenjang sampai ke Kota/Kab, dibagi berdasarkan penugasan masing masing, dengan melakukan komunikasi, membuat Grup WA, melakukan pekerjaan dengan terkoordinasi. Kami mengorganisir rapat-rapat, menjadwalkan pertemuan pak Nono dengan masyarakat, menyiapkan naskah sambutan atau diskusi, melakukan pertemuan dengan anggota Tim lainnya di Kab/Kota dan di pulau-pulau yang jauh, dsb”. (Marim Purba, Wawancara November, 2019).

Selanjutnya, peneliti juga mewawancarai Paman Nurlete, SH., MH., yang merupakan salah satu Tokoh Pemuda dan Ketua Dewan Pimpinan Daerah Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Maluku Bidang

Hukum, Politik dan Kebijakan Publik (Hikmah), dengan pertanyaan, apakah anda memilih Nono Sampono dalam Pileg DPD RI 2019. Apakah hal itu karena ada pengaruh dari Tim Pemenangan pak Nono Sampono. Berikut kutipan wawancaranya:

“Saya sangat respek karena beliau pribadi yang terbuka dan menerima masukan dari kami selaku anak muda. Sering terlibat intens dalam diskusi dengan anak muda dan aktifis, bukti beliau sosok militer yang sangat cerdas. Tim juga sedikit banyak mempengaruhi ruang publik sehingga saya memutuskan untuk menetapkan pilihan saya kepada bapak Nono Sampono, karena tentu saja pekerjaan politik butuh kerjasama semua pihak dan cara membentuk opini masyarakat tentang sosok pak Nono tidak terlepas dari kerja Tim, meskipun kebanyakan itu merupakan ide dari pak Nono sendiri”. (Paman Nurlete, Wawancara November, 2019).

Nono Sampono dalam melakukan komunikasi politik dibantu oleh Tim, dimana Tim tersebut dibentuk untuk membantu dalam melakukan komunikasi politik ke ruang-ruang publik. Tim Pemenangan memiliki kontribusi dan andil dalam memenangkan Nono Sampono sebagai senator dari Maluku. Meskipun dalam pergerakan Tim yang dibentuk oleh Nono Sampono tersebut tidak memiliki jumlah yang besar, namun memiliki strategi yang baik sehingga Nono Sampono dapat terpilih kembali sebagai anggota DPD RI Periode 2019-2024. (Susanto, 1985) mendefinisikan, komunikasi politik sebagai perwujudan komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian pengaruh sedemikian rupa, sehingga masalah dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi itu, dapat mengikat semua warganya melalui suatu sanksi yang ditentukan bersama. Tim tersebut dibentuk kurang lebih 20 orang namun dibantu oleh tokoh-agama, tokoh masyarakat, tokoh adat, ketua-ketua organisasi yang memahami betul kondisi masyarakat dan ruang publik, sehingga dapat dipecahkan bersama oleh tokoh-tokoh tersebut karena mereka para tokoh yang ikut terlibat membantu tersebut telah mengetahui dan memahami kondisi masyarakat mereka sendiri.

Selain staf ahli yang berkepentingan dan kedekatan secara emosional, Nono Sampono juga memiliki hubungan emosional yang sudah terpujuk lama dengan beberapa elit di Maluku, terutama para upulatu, tokoh agama, adat, pemuda, sehingga Nono Sampono dengan sangat muda membangun komunikasi, dengan mempresentasikan niat baik Nono Sampono untuk menjadi Senator untuk membangun Maluku. Karena selama ini Nono Sampono sering menawarkan konsep-konsep dan ide perjuangan beliau sebagai senator di parlemen. Dengan konsep-konsep yang pernah di diskusikan dan ditawarkan kepada elemen masyarakat yang sering bersilaturahmi dan berdiskusi bersama. Menurut (Nova, 2011), “Fungsi utama *Public Relations* adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antar lembaga (organisasi) dengan publiknya, internal maupun eksternal dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga organisasi”.

Kerja-kerja Tim teknis seperti mengorganisir rapat-rapat dengan masyarakat, menjadwalkan pertemuan Nono Sampono dengan masyarakat, menyiapkan naskah sambutan atau diskusi, melakukan pertemuan dengan anggota tim lainnya dalam hal ini tokoh masyarakat-tokoh agama, tokoh adat di Kab/Kota dan di pulau-pulau yang jauh di Maluku. Hal inilah yang membentuk rasa saling memiliki bersama rakyat untuk kepentingan bersama, kepentingan besar Maluku dengan berbagai cara sesuai apa yang disampaikan oleh Nono Sampono melalui diskusi panjang oleh Tim yang dipercayai mampu mengetahui keinginan rakyat. Seperti yang dirumuskan (Effendy, 1998), mengenai fungsi *public relations* seperti: 1) Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi; 2) Membina

hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik eksternal maupun internal; 3) Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi; dan 4) Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

Dengan adanya kegiatan tersebut, kini masyarakat telah menganggap Nono Sampono sosok figur yang mau menerima masukan masyarakat bahkan masukan anak muda Maluku, sehingga anak muda sering terlibat intens dalam diskusi dengan Nono Sampono. Selain itu, Tim Pemenangan juga sangat eksis di ruang publik, sehingga dapat mempengaruhi hati masyarakat untuk memilih sosok Nono Sampono sebagai Senator pada Pileg DPD RI Periode 2019-2024. Tentu saja pekerjaan politik butuh kerjasama semua pihak dan cara membentuk opini masyarakat tentang sosok Nono Sampono, meskipun ide dan gagasan Nono Sampono itu sendiri yang didapatkan dari berbagai pengalaman dan diskusi dengan semua pihak untuk mengetahui aspirasi dan membentuk ide dan gagasan untuk mencapai kemenangan bersama merebut hati masyarakat.

SIMPULAN

Pendekatan Politik Nono Sampono pada Pileg 2019 dan terpilih menjadi Anggota DPD RI Periode 2019-2024. Pada Pemilihan Legislatif DPD RI 2019, Nono Sampono dalam membangun Relasi Politik selalu melakukan diskusi-diskusi, silaturahmi, dan menerima audiensi masyarakat untuk dapat menampung semua aspirasi yang dibawa oleh masyarakat. Nono Sampono bersama Tim Pemenangan selalu menggunakan media dalam melakukan atau memperkenalkan dirinya kepada masyarakat dan publik Maluku, terutama program atau perjuangan dirinya selama menjadi anggota DPD RI apabila terpilih kembali. Media dapat menyampaikan program Nasional Lumbung Ikan Nasional, Provinsi kepulauan dan beberapa daerah pemekaran untuk pemerataan pembangunan di semua daerah di Provinsi Maluku.

Dalam menjaga Reputasi Politik, Nono Sampono selalu menjadi sosok yang mampu menepati janji serta tidak merespon isu-isu miring yang menjatuhkan dirinya di ruang publik terutama di Maluku. Selalu membangun kepercayaan publik dan masyarakat terutama dengan kejujuran dalam bekerja dan memperjuangkan kepentingan daerah Maluku. Hal itulah yang terus dilakukan Nono Sampono, sehingga dapat diterima diberbagai kalangan di Maluku baik, kalangan Islam, Keristen maupun yang lain sebagainya. Dalam membangun Komunikasi Politik sangat baik, sehingga sosoknya di kenal luas kemana-mana bahkan lintas generasi dan lintas di Maluku. Kecerdasan berfikir dan politiknya dapat di implementasikan semua untuk kepentingan daerah Maluku.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto S. (2006), *Prosedur Penelitian : satu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rikena Cipta.
- Baiduri, Intan. (2007). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pelaksanaan Fungsi Legislasi DPRD*. Universitas Lampung: Bandar Lampung.
- Dian Absary, Yunita (2015), *Strategi Political Public Relations Dalam Kampanye Pemilu 2014 (Studi Kasus Totok Daryanto, Calon Legislatif DPR RI DI Dapil V Jawa Timur)*.
- Dwi Haryono, A. Margono. (2016). Syahrani, *Strategi KPU Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pada Pemilihan Walikota Dan Wakil Walikota Samarinda Tahun 2015*, Ejournal Administrative Reform.

Effendy, O, U. (1992). *Humas Suatu Studi Komunikologis*. PT.Remaja Rosda, Bandung.

_____. (2009). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

_____. (1993). *Human Relations dan Public Relations*. Bandung: Mandar Maju
https://eprints.uny.ac.id/43513/1/TUGAS%20AKHIR_.pdf

_____. (1998). *Hubungan Masyarakat: Suatu Studi Komunikologis*. Remaja Rosdakarya: Bandung.

Inggrit Indrayani, Inri (2014) Mengkaji *Public Relations Politik* : Sebuah Tinjauan Teoritis Dan Empiris. *Jurnal Skriptura Institute of Research and community outreach – Petra Christian University*, 54-59 ISSN 1978-385X

Jefkins, Frank. 1992. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
https://eprints.uny.ac.id/43513/1/TUGAS%20AKHIR_.pdf

Kriyantono, Rakhmat. (2006). *Teknik Praktek Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prada Media Group.

Lampe, Ilyas. (2010). Konsep Dan Aplikasi Public Relations Politik Pada Kontestasi Politik Di Era Demokrasi (Pemilihan Langsung), *Jurnal Academica Fisip Untad VOL. 2 No. 02*.

Moleong, Luxy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Penerbit PT. Remaja Rosdakarya Offset bandung.

Muchtar, Khoiruddin dan Aliyudin, Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*. (2019). Public Relations Politik Partai Keadilan Sejahtera dalam Pemilukada Jawa Barat.

Nova, Firsan. (2011). *Crisis Public Relations*. Jakarta: Kencana.
https://eprints.uny.ac.id/43513/1/TUGAS%20AKHIR_.pdf

Nimmo, Dan. (2000). *Komunikasi politik : komunikator, pesan, dan media*. Rajawali Pers: Makassar.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Susanto, S, Astrid. (1985). *Pengantar Sosiologi dan Perubahan Sosial*. Perpustakaan Universitas Fajar, Makassar.

Wahid, U. (2016). *Komunikasi Politik; Teori, Konsep, dan Aplikasi Pada Era Media Baru*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Wasesa, Agung, Silih. (2011). *Political Branding & Public Relations*. Jakarta : Gremedia Pustaka Utara.

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum

PROFIL SINGKAT

Rimbo Bugis, M.I.Kom., Merupakan penulis yang lahir di Kelang Asaude, Manipa, Kabupaten Seram Bagian Barat (SBB), pada tanggal 16 Mei 1989. Penulis telah menyelesaikan jenjang Sarjana Starata Satu (S1), di Institute Agama Islam Negeri Ambon (IAIN). Kemudian, penulis melanjutkan studi pada jenjang Magister Ilmu Komunikasi (S2) pada program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Jakarta dan telah lulus pada tahun 2019. Semasa kuliah, penulis merupakan salah satu aktivis Ikatan

Mahasiswa Muhammadiyah (IMM), sejak dari Komisariat dan hingga saat ini menjadi Ketua di Dewan Pimpinan Pusat Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) selama dua periode. Penulis juga pernah terlibat dalam, Jaringan Pendidikan dan Pemantau Pemilihan Umum untuk Rakyat (JPPR) serta aktif dalam aksi-aksi terkait Korupsi, Pemilu, Lingkungan Hidup, dan Beberapa Gerakan Sosial.