

Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai

Khoiruddin Muchtar

UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Email: khoiruddin@uinsgd.ac.id

Abstract

Organization, party or company understood and realized the need to give sufficient attention to building a favorable image. The political party is an organization consisting of a group of people who have values and goals relatively similar. The political communication talks about the allocation of resources public power, formal authority, that authority for the making of laws relating and rules in the sphere of legislative or executive, as well as the sanctions will be given. Party, as a political organization requires the creation an image of the party, that can be shown through his attitude towards political events by bringing political aspirations by public demands or constituents. This study uses a case with a qualitative approach, aiming to obtain a picture of the Golkar Party's efforts in shaping the image as a party of a new dynamic and modern as well as how the strategy Golkar party to introduce ourselves as a cosmopolitan. This research also would like to get an idea, how to maintain the existence and Citra Golkar Party, so as to restore public confidence. A discussion of the political party takes the example of the Golkar Party which seeks to boost the image of the party with a few steps in between. Put forward the motto of "The Party of Ideas," namely; an idea that wants to portray as a party Golkar growing battle stained with a variety of ideas that democratic by Golkar cadres. Second, to image Golkar as a democratic party to conduct visits abroad to meet the leaders of the party and state leadership. Third, make a political speech to socialize the thoughts and ideas of contemporary Golkar through speeches delivered by the chairman.

Keywords: political party's image, political communication, case study

Abstrak

Organisasi, partai atau perusahaan memahami dan menyadari perlunya memberi perhatian yang cukup untuk membangun suatu citra yang menguntungkan, partai politik adalah suatu organisasi yang terdiri dari kelompok orang yang mempunyai nilai-nilai dan tujuan-tujuan yang relatif sama, sedangkan komunikasi politik membahas tentang alokasi sumber daya publik, kewenangan formal, yaitu kekuasaan untuk pembuatan hukum yang berkaitan dengan undang-undang dan aturan-aturan dalam lingkup legislatif ataupun eksekutif, serta sangsi-sangsi yang akan diberikan. Partai, sebagai organisasi politik membutuhkan terciptanya citra positif partai, citra positif dapat ditunjukkan melalui penyikapan terhadap berbagai peristiwa politik dengan membawa aspirasi politik yang sesuai dengan tuntutan publik atau konstituennya. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif, bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang upaya-upaya Partai Golkar dalam membentuk citra sebagai partai baru yang dinamis dan modern serta bagaimana strategi Golkar memperkenalkan diri sebagai partai kosmopolit. Penelitian ini juga ingin

memperoleh gambaran, bagaimana Golkar mempertahankan eksistensi dan Citra Partai, sehingga dapat mengembalikan kepercayaan masyarakat. Pembahasan tentang Pencitraan partai politik ini mengambil contoh dari Partai Golkar yang berupaya mendongkrak citra partai dengan beberapa langkah diantaranya, dengan mengajukan motto "The Party of Idea" yaitu; sebuah gagasan yang ingin mencitrakan Golkar sebagai partai yang berkembang diwarnai dengan pertarungan berbagai gagasan atau ide yang ditelorkan oleh kader-kader Golkar. Kedua, untuk mencitrakan sebagai partai kosmopolit dengan melakukan kunjungan-kunjungan ke luar negeri menemui para pimpinan partai dan pimpinan negara. Ketiga, melakukan pidato politik dengan mensosialisasikan pemikiran dan ide-ide kontemporer yang dimiliki Golkar lewat orasi yang disampaikan oleh ketua umum.

Kata Kunci: Pencitraan, Partai politik, Komunikasi politik

Pendahuluan

Pada saat ini, banyak sekali organisasi, perusahaan, partai politik dan orang-orang yang mengelolanya sangat sensitif menghadapi publik-publik mereka yang sangat kritis. Suatu penelitian pernah dilakukan terhadap seratus top eksekutif, lebih dari 50% menganggap "penting sekali untuk memelihara publik yang baik". Sekarang ini, organisasi, partai atau perusahaan memahami dan menyadari perlunya memberi perhatian yang cukup untuk membangun suatu citra yang menguntungkan, tidak hanya melepaskan diri terhadap terbentuknya suatu kesan publik negatif. Dengan perkataan lain citra organisasi, partai atau perusahaan adalah fragile commodity (komoditi yang rapuh atau mudah pecah). Namun, organisasi partai atau perusahaan meyakini bahwa, citra yang positif merupakan suatu hal esensial, yang akan membawa kepada kesuksesan organisasi.

Pilihan masyarakat terhadap partai politik tidak hanya ditentukan oleh kebesaran suatu partai, namun masyarakat akan lebih menilai kepada citra positif partai tersebut, eksistensi partai politik juga akan ditentukan dengan hubungan yang terus dibangun dengan masyarakat, sehingga kedekatan tersebut akan menumbuhkan kepercayaan konstituen. Kepercayaan masyarakat terhadap suatu partai politik akan terbentuk manakala partai tersebut memiliki kemauan dan konsisten dalam menyuarkan aspirasi konstituen, yaitu membela

kepentingan-kepentingan dasar dan kebutuhan dasar masyarakat. Bila upaya-upaya itu terus dilakukan, maka simpatisan akan terus mengalir dan tentu saja citra suatu partai politik akan meningkat.

Para politikus atau pimpinan partai politik sangat berkepentingan dalam pembentukan citra politik melalui komunikasi politik, sebagai upaya menciptakan stabilitas sosial dengan memenuhi tuntutan rakyat. Politikus dan pemimpin partai politik berusaha menciptakan dan mempertahankan tindakan politik yang membangkitkan citra memuaskan, sehingga dukungan pendapat umum dapat diperoleh dari rakyat sebagai khalayak komunikasi politik yang akan menentukan pilihannya dalam setiap Pemilu mulai tingkat pusat sampai tingkat kabupaten dan kota.

Pencitraan partai dalam kajian ini mengambil kasus pada peristiwa komunikasi politik yang dilakukan Partai Golkar, terutama pada masa awal kepemimpinan Aburizal Bakrie. Pada masa itu Partai Golkar sedang semangat-semangatnya untuk memperlihatkan eksistensinya dan membentuk citra sebagai partai baru dan reformis yang setara dengan partai lainnya, dari fenomena tersebut maka dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang upaya-upaya Partai Golkar dalam membentuk citra sebagai partai baru yang dinamis dan modern serta memperkenalkan Golkar sebagai partai kosmopolit. Penelitian ini

juga ingin memperoleh gambaran, bagaimana Golkar mempertahankan eksistensi dan Citra Partai, serta mengembalikan Citra Positif sebagai partai yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Komunikasi politik merupakan bagian yang tidak bisa dilepaskan dari budaya politik dan sosialisasi politik. Bila kita berbicara tentang budaya politik dan sosialisasi politik, maka kita akan mengkaji pula mengenai komunikasi politik, oleh karena itu, komunikasi politik merupakan fungsi sosialisasi dan budaya politik. Dalam analisis sistem politik, yang menjadi perhatian adalah struktur-struktur yang melaksanakan fungsi politik, dan bagaimana komunikasi tersebut dilaksanakan.

Struktur yang melakukan komunikasi politik dapat dibedakan ke dalam lima macam. *Pertama*, komunikasi tatap muka yang bersifat informal, yang merupakan bentuk utama komunikasi. *Kedua*, struktur sosial non-politis, seperti keluarga, kelompok ekonomi atau keagamaan. *Ketiga*, struktur input politik, seperti partai politik, organisasi kepentingan, atau masyarakat sipil. *Keempat*, struktur output politik, seperti lembaga eksekutif, legislatif, dan birokrasi. *Kelima*, media massa, seperti misalnya, surat kabar harian mingguan, radio dan televisi. Kelima macam struktur yang melaksanakan fungsi komunikasi ini mempunyai peran sendiri-sendiri dan sulit untuk mengatakan bahwa yang satu lebih penting dari yang lain (Budiardjo, 2005: 4.28).

Denton dan Woodward dalam McNair (2003: 3), memberikan definisi komunikasi politik dengan menyatakan bahwa " *political communication as pure discussion about the allocation of public resources (revenues), official authority (who is given the power to make legal, legislative and executive decision), and official sanctions (what the state rewards or punishes)*".

Menurut mereka, komunikasi politik membahas tentang alokasi sumber daya publik, kewenangan formal, yaitu kekuasaan untuk pembuatan hukum yang berkaitan dengan undang-undang dan aturan-aturan dalam lingkup legislatif ataupun eksekutif, serta sangsi-sangsi

yang akan diberikan, apakah dalam bentuk hadiah atau denda. Berbeda dengan itu, Nimmo (2008: 9), memandang komunikasi politik sebagai kegiatan komunikasi politik berdasarkan konsekuensi-konsekuensinya (aktual maupun potensial) yang mengatur perbuatan manusia di dalam kondisi-kondisi konflik. Sedangkan Kantaprawira (1984: 14) menjelaskan fungsi komunikasi politik untuk menghubungkan pikiran politik yang hidup dalam masyarakat, baik pikiran intern golongan, instansi, asosiasi, ataupun sektor kehidupan masyarakat dengan sektor kehidupan politik pemerintah

Penjelasan Nimmo ini lebih simpel, yang memandang komunikasi politik adalah segala kegiatan komunikasi yang berkaitan dengan masalah-masalah politik. Sedangkan kantaprawira lebih memahami komunikasi politik sebagai jembatan penghubung, bagi kepentingan berbagai elemen masyarakat secara umum dengan pemerintah terutama dalam menyelesaikan berbagai persoalan politik.

Sementara itu Soemarno (2002:15) berusaha merumuskan pengertian komunikasi politik, sebagai suatu proses dan kegiatan-kegiatan membentuk sikap dan perilaku politik yang terintegrasi ke dalam suatu sistem politik dengan menggunakan seperangkat simbol-simbol yang berarti. Pengertian tersebut menunjukkan kepada sikap dan perilaku seluruh individu yang berada dalam lingkup sistem politik, sistem pemerintahan atau sistem nilai, baik sebagai pemegang kekuasaan maupun sebagai masyarakat, agar terwujud jalinan komunikasi antara penguasa dengan masyarakat yang mengarah kepada kesamaan makna.

Senada dengan pandangan tersebut Alwi Dahlan seperti yang dikutip Cangara (2009: 350), mendefinisikan komunikasi politik sebagai suatu bidang atau disiplin yang menelaah perilaku dan kegiatan komunikasi yang bersifat politik, mempunyai akibat politik atau berpengaruh terhadap perilaku politik. Pengertian komunikasi politik dalam definisi ini dapat dirumuskan sebagai suatu proses pengoperan lambang-lambang atau simbol-simbol komunikasi yang

berisi pesan-pesan politik dari seseorang atau kelompok kepada orang lain dengan tujuan untuk membuka wawasan atau cara berfikir, serta mempengaruhi sikap dan tingkah laku khalayak yang menjadi target politik.

Partai politik adalah suatu organisasi yang terdiri dari kelompok orang yang mempunyai nilai-nilai dan tujuan-tujuan yang relatif sama. Mereka sepakat untuk merebut dan mempertahankan kekuasaan politik, mempunyai sifat, tujuan dan cara yang berbeda dengan organisasi kemasyarakatan lainnya, seperti gerakan politik, kelompok kepentingan dan kelompok penekan. Melihat peranannya sebagai organisasi kemasyarakatan, partai politik mempunyai beberapa fungsi, fungsi-fungsi partai politik tersebut adalah sebagai sarana komunikasi politik, sebagai sarana sosialisasi politik, sarana rekrutmen politik, dan sebagai alat penengah pertikaian. Partai politik di negara-negara komunis mempunyai fungsi-fungsi berbeda dengan fungsi-fungsi tersebut. Partai-partai politik di negara-negara totaliter berfungsi sebagai alat untuk mencapai kesatuan dan keseragaman, sebagai satu-satunya mobilisator massa menuju tujuan ideologi partai (Budiyanto, 2005: 5.36). Selain itu, pengertian partai politik menurut Undang-Undang No. 31 Tahun 2002 Republik Indonesia dinyatakan bahwa "Partai politik adalah organisasi politik yang dibentuk oleh sekelompok warga negara Republik Indonesia secara sukarela atas dasar kesamaan kehendak dan cita-cita untuk memperjuangkan kepentingan anggota, masyarakat, bangsa dan negara melalui pemilihan umum.

Beranjak dari pengertian-pengertian partai politik tersebut ada tiga prinsip dasar dari partai politik, *Pertama adalah Partai sebagai koalisi*, yakni membentuk koalisi dari berbagai kepentingan untuk membangun kekuatan mayoritas. Partai yang dibentuk atas dasar koalisi didalamnya terdapat faksi-faksi. *Kedua, partai sebagai organisasi*, untuk menjadi partai yang eksis, dinamis, dan berkelanjutan, maka partai politik harus dikelola, dibina dan dibesarkan sehingga mampu menarik dan menjadi wadah

perjuangan, sekaligus representasi dari sejumlah orang atau kelompok. *Ketiga, partai sebagai pembuat kebijakan*, partai politik mendukung secara kongkrit terhadap kader-kadernya yang duduk di jajaran eksekutif (pemerintahan), partai politik juga memberi pengaruh dalam pengambilan kebijakan di kementerian dimana kader menduduki posisinya (diadaptasi dari Cangara, 2009: 209-210). Memperhatikan terhadap pengertian, prinsip, dan fungsi-fungsi partai, maka sejatinya ketiga hal tersebut syarat dengan berbagai muatan aspek komunikasi, sehingga sejalan dengan fungsi komunikasi politik itu sendiri, yaitu untuk memberikan informasi kepada masyarakat dengan usaha-usaha yang dilakukan oleh lembaga politik dalam hubungannya dengan pemerintah dan masyarakat, melakukan sosialisasi mengenai program, kebijakan, dan tujuan lembaga politik, memberi motivasi kepada politisi, fungsionaris dan pendukung partai politik, serta mendidik masyarakat dengan pemberian informasi dan sosialisasi tentang cara-cara melakukan pemilihan umum sebagai sarana penyampaian hak suara.

Komunikasi politik salah satu tujuannya adalah membangun citra positif bagi khalayak. Citra politik terbentuk berdasarkan informasi yang diterima, baik secara langsung maupun melalui media politik, termasuk media massa yang bekerja untuk menyampaikan pesan politik yang umum dan aktual. Citra politik berkaitan juga dengan pembentukan pendapat umum, karena pada dasarnya pendapat umum terbangun melalui citra politik, sedangkan citra politik terwujud sebagai konsekuensi kognitif dari komunikasi politik (Arifin, 2006: 1). Dinyatakan pula oleh Roberts (1977), bahwa komunikasi tidak secara langsung menimbulkan pendapat atau perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara khalayak mengorganisasikan citranya tentang lingkungan, dan citra itulah yang mempengaruhi pendapat atau perilaku khalayak (Arifin, 2006:1)

Citra merupakan kesan, perasaan dan gambaran publik terhadap suatu organisasi atau perusahaan, sehingga citra positif perlu

diciptakan dengan sengaja dan dipelihara sepanjang organisasi atau partai itu ingin tetap eksis di tengah-tengah publiknya, karena citra positif adalah aset penting bagi suatu organisasi dalam mempertahankan kehidupannya. Partai, sebagai organisasi politik sangat memerlukan terhadap terciptanya citra positif partai, citra positif dapat ditunjukkan melalui penyikapan terhadap berbagai peristiwa politik dengan membawa aspirasi politik yang sesuai dengan tuntutan publik atau konstituennya.

Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, befikir, dan merasa dalam menghadapi obyek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu. Sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi. Sikap menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu, menentukan apa yang disukai, diharapkan dan diinginkan. Sikap di dalamnya ada aspek evaluatif, artinya bisa menyenangkan atau tidak menyenangkan, menyenangkan atau tidak menyenangkan. Sikap ini juga dapat diperteguh atau diubah. Dalam proses komunikasi, orang-orang itu terlibat aktif dalam sikap, motif, opini, maupun ingatan terhadap pengalaman terdahulu. Perubahan sikap dalam berkomunikasi terjadi karena adanya interaksi yang dinamis (Winangsih-Syam, 2009: 110).

Proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan atau perilaku tertentu. Untuk mengetahui bagaimana citra suatu organisasi atau perusahaan di benak publiknya dibutuhkan adanya suatu penelitian. Melalui penelitian organisasi atau perusahaan dapat mengetahui secara pasti sikap publik terhadap organisasinya, mengetahui apa yang disukai dan yang tidak disukai oleh publiknya (Soemirat dan Ardianto, 2005: 116)

Pembentukan citra positif organisasi partai yang perlu diketahui pertama kali adalah dengan membaca dan mengamati kecenderungan-kecenderungan dan keinginan publik atau konstituen, untuk kemudian merumuskan kebijakan-kebijakan yang akan ditempuh untuk menampung aspirasi konstituen. Organisasi partai

politiselanjutnya memutuskan untuk mengambil langkah-langkah yang tepat dalam menentukan sikap politiknya. Pencitraan yang dimaksud dalam konsep penelitian ini untuk menjelaskan tentang upaya-upaya yang dilakukan oleh para ketua umum dalam membangun citra positif partai, dengan harapan akan mendapat simpati dan kepercayaan masyarakat. Pencitraan adalah kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh simpati dan kepercayaan publik, sehingga publik memberikan penilaian positif terhadap suatu organisasi atau perusahaan yang muaranya adalah menggaet pembeli atau dalam partai politik adalah menarik pemilih agar memberikan suaranya dalam pemilihan umum.

Politik pemasaran, istilah ini berasal dari pemasaran sektor bisnis yang bertujuan untuk mempengaruhi perilaku masyarakat atau kelompok sasaran dalam situasi yang kompetitif. Kemudian ditransfer ke politik, yang berarti aplikasi pemasaran komersial dalam bidang politik, ini mengarah kepada desain produk yang berorientasi pasar, misalnya politik partai yang sesuai dengan preferensi pemilih. Dari sudut pandang pemasaran, PR adalah bagian dari pemasaran (seperti iklan dll), PR juga berbeda dengan propaganda, propaganda sejak perang dunia ke I khususnya di kalangan Nazi Jerman menghasilkan konotasi negatif dari segi konsep. Sejak itu propaganda menunjukkan arti parsial, manipulatif, dan bentuk komunikasi persuasif pendusta dan penuh kepura-puraan. Sedangkan PR berusaha menyajikan objektifitas, kejujuran, dan pesan informatif (Kaid & Holtz-Bacha, 2008: 677)

Citra politik berkaitan dengan sosialisasi politik, karena citra politik terbentuk melalui proses pembelajaran politik baik secara langsung maupun melalui pengalaman empirik. Citra politik mencakup beberapa hal, yaitu: (1) seluruh pengetahuan politik seseorang baik benar atau salah; (2) semua preferensi (afeksi) yang melekat kepada tahap tertentu dari peristiwa politik yang menarik; (3) semua pengharapan (konasi) yang dimiliki orang tentang apa yang mungkin terjadi jika ia berperilaku dengan cara berganti-ganti

terhadap objek dalam situasi tersebut (Arifin, 2006: 3-4).

Citra politik akan selalu berubah sesuai dengan berubahnya pengetahuan dan pengalaman politik seseorang, serta situasi politik yang selalu berkembang. Sosialisasi politik terbangun melalui proses belajar secara terus-menerus, melalui pengalaman sosialisasi politik, seseorang mengembangkan kepercayaan dan harapan sesuai dengan cita-cita politik yang relevan. Sosialisasi politik dapat mendorong terbentuknya citra politik pada individu, sehingga dapat mendorong seseorang melakukan peran-peran partisipasi politik seperti, kampanye, pemilu, kegiatan partai ataupun diskusi politik.

Metode penelitian

Subjek penelitian ini adalah para pengurus, penasehat dan fungsionaris Partai Golkar pusat dan sebagian daerah yang terlibat secara langsung dengan proses pembentukan citra partai Golkar, sebagai upaya untuk mempertahankan eksistensi partai. Objek penelitian yang dikaji dalam penelitian adalah komunikasi politik dalam proses pembentukan citra Partai Golkar.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, dengan teknis analisis interpretif. Menurut Denzin dan Lincoln (1994: 109) paradigma penelitian konstruktivis memiliki beberapa karakteristik diantaranya adalah: realitas bersifat relatif, artinya realitas yang ada dikonstruksi secara khusus dan bersifat lokal, subjektif, menghasilkan pengetahuan berdasarkan temuan di lapangan, termasuk temuan yang terjadi selama proses interaksi antara peneliti dan informan.

Pemilihan informan dalam penelitian kualitatif dilakukan berdasarkan keperluan atau kebutuhan penelitian. Informan penelitian diambil dari beberapa unsur yang dianggap memiliki kesesuaian dengan pembahasan dalam penelitian ini. Unsur-unsur tersebut antara lain yaitu: Dewan Pertimbangan Partai Golkar Pusat, Pengurus DPP Partai Golkar Pusat, Pengurus DPD Tk.I untuk pertimbangan data diambil juga informan partai lain, Pengamat Politik dan dari

ormas Islam.

Data penelitian diambil digali dari para nara sumber yang bertindak sebagai pelaku melalui serangkaian wawancara dan diskusi, sehingga diharapkan mendapatkan informasi yang akurat. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi, sedangkan teknik analisis data dilakukan secara deskriptif melalui pendekatan kualitatif, data-data yang diperoleh dari penelitian digambarkan melalui kalimat secara benar dan jelas.

Langkah-langkah analisis data penelitian kualitatif mengikuti langkah Miles & Huberman (1992: 16-21) pada intinya terdiri dari empat bagian, diantaranya adalah, pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan. Tahapan analisis data dalam penelitian ini merupakan suatu rangkaian yang berkaitan antara bagian yang satu dengan bagian lainnya.

Pemeriksaan keabsahan data ini dilakukan dengan memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data tersebut untuk keperluan pengecekan atau pembandingan terhadap data hasil penelitian. Uji keabsahan data hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik prosedur Triangulasi. Triangulasi dilakukan dengan beberapa prosedur, yaitu: *pertama*, membandingkan data wawancara dengan data hasil pengamatan. Peneliti melakukan wawancara dengan informan dengan mengumpulkan data-data sesuai dengan pembahasan, untuk meyakinkan kebenaran data tersebut, peneliti mencocokkannya dengan pengamatan di lapangan, apakah yang disampaikan nara sumber tersebut relevan atau tidak, peneliti juga membandingkannya untuk kemudian mengolahnya dengan mempertimbangkan akurasinya.

Kedua, membandingkan atau mengkonfirmasi antara satu subjek dengan subjek lainnya. Fungsionaris Partai Golkar sebagai subjek yang diteliti dan sebagian dijadikan sebagai informan setelah diteliti dan diamati kemudian keterangan-keterangannya dibandingkan antara satu dengan lainnya,

sehingga diperoleh data yang betul-betul dapat dipertanggungjawabkan.

Ketiga, membandingkan hasil wawancara dengan dokumen-dokumen yang berkaitan. Setelah data wawancara dibandingkan dengan data hasil pengamatan dan mengkonfirmasi antara satu subjek dengan subjek yang lain kemudian ditetapkan sebagai data hasil penelitian, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan data hasil penelitian tersebut dengan dokumen-dokumen yang berupa buku-buku, transkrip, maupun audio visual yang terkait dengan peristiwa-peristiwa komunikasi politik Partai Golkar dalam pembentukan citra positif baik di tingkat pusat maupun daerah. Dari metode triangulasi tersebut peneliti berharap mendapatkan data-data yang bernilai dan sesuai dengan target penelitian yang diharapkan.

Lokasi penelitian ini bergantung terhadap keberadaan informan dan digelarnya peristiwa politik yang terkait dengan Partai Golkar. Penelitian ini dilaksanakan utamanya di Jakarta, baik di kantor pusat maupun di tempat-tempat acara Golkar, selain itu informan kunci seperti ketua umum dan para pengurus dan fungsionaris Golkar yang paling berkompeten dengan penelitian ini berada di Jakarta. Pengamatan akan dilakukan juga dalam peristiwa-peristiwa komunikasi politik Partai Golkar di daerah Propinsi, Kabupaten dan Kota terutama di wilayah Jawa, karena Jawa dianggap cukup untuk dijadikan parameter aktivitas politik Partai Golkar.

Hasil dan Pembahasan Citra Partai Golkar sebagai Partai Dinamis dan Kaya Gagasan

The Party of Idea adalah sebuah gagasan yang dicetuskan pada masa kepemimpinan Aburizal Bakrie. Golkar berharap, kedepan partai ini akan berkembang diwarnai dengan pertarungan berbagai gagasan atau ide yang ditelorkan oleh kader-kader Golkar. Golkar ingin menunjukkan sebagai partai yang memiliki kekuatan sebagai gudang pemikiran untuk perbaikan bangsa ini.

Golkar ingin menjadi the party of ideas, menjadikan politik sebagai arena kompetisi gagasan yang tajam, hidup, serta kreatif, bukan sekadar arena pertarungan kekuasaan. Bagi Golkar, *power is only a means to an end*. Kekuasaan bukanlah demi kekuasaan itu sendiri, tetapi sebagai alat untuk mencapai sebuah cita-cita yang lebih besar.

Golkar memandang bahwa yang akan menjadi kekuatan dan kekuasaan tidak hanya jabatan, namun Golkar memandang bahwa gagasan yang cemerlang juga akan mendapatkan tempat yang sejajar dengan penguasa. Golkar sendiri sebagai partai koalisis tidak memiliki kekuasaan utama di parlemen dan pemerintahan, namun dengan kelebihan gagasannya, Golkar lebih banyak mewarnai dalam setiap persidangan-persidangan baik di parlemen maupun pemerintahan.

Para pimpinan Golkar menghendaki pertarungan gagasan ini akan menjadi tradisi dalam kegiatan Golkar di organisasi partai. Tradisi ini bila dikaitkan dengan semangat paradigma baru, maka akan ketemu dengan aspek kekuatan dan demokratisasi. Gagasan dan pemikiran cemerlang merupakan potensi kekuatan Golkar, sedangkan interaksi perdebatan merupakan cara demokrasi untuk menemukan kebenaran. Dijelaskan oleh Idrus Marham :

The Party of Ideas, artinya, kita bertekad harus menciptakan dunia baru atau tradisi baru dalam berpolitik, yaitu sebuah tradisi dimana komunikasi politik diwarnai oleh perdebatan konseptual, tidak lagi dengan cara intrik-intrik apa lagi dengan fitnah-fitnah. (Wawancara dengan Idrus Marham, Jakarta)

Sebagai upaya mendorong kader-kader Golkar untuk melakukan kegiatan keorganisasian dengan mengembangkan gagasan, maka Golkar juga tidak segan-segan untuk mendatangkan orang lain yang memiliki keahlian dalam bidang tertentu yang tidak dimiliki oleh kader Golkar, dengan demikian maka Golkar memiliki tantangan untuk terus menerus memiliki gagasan baru. Siti Zuhro menjelaskan :

Ia menggunakan gagasan-gagasan tidak hanya dari internal partai tapi menggunakan narasumber yang jago juga, makanya ketika Golkar menyatakan diri sebagai *The Party of Idea*, maka Golkar harus terus menerus memiliki gagasan baru. Ketika di Setgab orang dibikin bingung siapakah sebenarnya yang menjadi *Leading Party*, Golkar atau Demokrat, bila disaksikan seolah-olah Golkar. Setgab seolah-olah harus ditentukan oleh Golkar, itulah antara lain pengaruh dari *The Party of Ideanya* Golkar (Wawancara dengan Siti Zuhro di Jakarta)

Cita-cita Golkar membangun tradisi *The Party of Idea* akan dapat terwujud manakala jajaran pengurus dan kader yang dikendalikan secara rutin oleh ketua umum, terus dilakukan dalam berbagai kegiatan partai, cita-cita tersebut secara terus menerus difasilitasi oleh Golkar, agar para kader dapat tumbuh, berdaya dan memiliki kesadaran dalam berpolitik, hal ini merupakan salah satu cara yang dilakukan Golkar untuk mendapatkan dan mempertahankan kekuasaan partai, sehingga dapat kembali mendapat kepercayaan massa.

Suatu gagasan yang cemerlang tidak cukup hanya berdiri di menara gading, namun yang lebih penting lagi adalah bagaimana gagasan tersebut mampu disosialisasikan di masyarakat, sehingga masyarakat betul-betul mau menerimanya sebagai bagian dari kontribusi pemikiran yang akan direalisasikan dalam kehidupan.

Kunjungan ke Luar Negeri sebagai Upaya Pencitraan Golkar Baru

Sebagai upaya untuk memperkuat jaringan, Golkar melakukan kunjungan-kunjungan dengan menemui partai-partai yang menjadi pendukung utama pemerintahannya, diantara partai yang dikunjungi adalah, Partai Komunis China (PKC) tanggal 19-20 April 2011, The United Malays National Organisation (UMNO) tanggal 23 Juni 2011, Partai Demokrat Timor Leste tanggal 7

September 2011, dan Pheu Thai Party (Partai Rakyat Thailand) tanggal 23 November 2011. Sebagai partai politik, Golkar beranggapan tidak hanya melakukan upaya meraih simpati masyarakat melalui program kerjanya saja, lebih dari itu, sebagai partai terbuka, Golkar terus memperluas jaringan internasional dengan partai-partai politik yang ada di luar negeri.

Partai Golkar mencoba memperkenalkan dan menunjukkan kemampuan seorang kader Golkar dalam penguasaannya dalam bidang ekonomi, sehingga di masa-masa yang akan datang Golkar sebagai partai politik juga memiliki jaringan untuk melakukan kerja sama di bidang ekonomi dengan negara-negara tersebut. Setelah melakukan kunjungan ke Tiongkok, DPP Golkar melakukan kunjungan ke negeri jiran Malaysia, kunjungan ini bertujuan untuk memperkenalkan Golkar baru masa kepemimpinan sekarang. Selain itu juga untuk memperkuat hubungan dan kerjasama yang selama ini sudah terjalin antara kedua partai.

Pertemuan ketua umum dengan para pejabat Malaysia menghasilkan beberapa kesepakatan, pertemuan dengan PM Najib sendiri Partai Golkar dan UMNO sepakat membentuk *joint task force* untuk mencari penyelesaian masalah antar kedua negara. PM Najib juga berjanji akan memperbaiki masalah TKI, seperti halnya, menghukum majikan yang melakukan penyiksaan terhadap TKI di Malaysia dan juga akan memperbaiki sistem ketenaga kerjaan, terutama yang menyangkut tenaga kerja asing yang mayoritas TKI.

Partai Golkar juga mengunjungi Partai UMNO masih tetap berkuasa di Malaysia. Dalam kesempatan itu Partai Golkar berupaya mensosialisasikan keberadaan partai Golkar saat ini, yaitu sebagai partai yang telah melakukan pembaharuan dan saat ini siap untuk menghadapi pertarungan dalam Pemilu tahun 2014. Dalam pertemuan tersebut Aburizal Bakrie juga menyinggung tentang keberadaan TKI yang sering dirugikan oleh pihak Malaysia. Pembicaraan yang mengarah kepada upaya memperjuangkan nasib TKI ini bila berhasil,

maka Golkar juga akan mendapatkan simpati dari mereka dan TKI di Malaysia ini memiliki jumlah yang perlu diperhitungkan untuk mendukung kemenangan Golkar.

Eksistensi dan Citra Partai melalui Pidato Politik Ketua Umum

Pidato politik kerap dijadikan sebagai momen untuk mendongkrak citra partai dan ketua umumnya dengan mensosialisasikan pemikiran dan ide-ide kontemporer yang dimiliki Golkar lewat orasi yang disampaikan oleh ketua umum. Golkar ingin memperlihatkan sebagai partai yang kuat, solid, dan memiliki banyak gagasan. Pidato politik dilaksanakan terkait dengan acara-acara di internal Golkar sendiri seperti, acara pengkaderan, pelatihan, musyawarah, Rakernas dan sebagainya. Pidato politik juga dilaksanakan saat menyambut hari-hari besar nasional dan dalam rangka menyikapi terhadap persoalan-persoalan politik yang berkembang dalam lingkup nasional.

Ketua umum dalam pidato tersebut menyampaikan tentang cita-cita untuk memajukan Indonesia dengan bekerja keras dan berkarya, dikaitkan dengan ideologi Partai Golkar yang konsis dengan karya dan kekaryaan. Ketua umum menilai bahwa ideologi Golkar sangat relevan dengan cita-cita tersebut, karena dengan filosofi karya dan kekaryaan, Golkar menempatkan diri sebagai partai yang menghargai praksis, sebuah tindakan, perbuatan, kerja yang terus-menerus untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. (Diadaptasi dari Pidato Aburizal Bakrie dalam acara Penyegaran Kader Ideologi Partai Golkar, di Jakarta, 15 April 2011. <http://icalbakrie.com/?p=1193>. 10.16. 18 April 2011)

Pidato tersebut hendak mencitrakan konsistensi dan kesetiaan kepada ideologi karya kekaryaan Golkar dan tetap memberikan penghargaan terhadap seseorang karena karyanya. Secara tersirat ketua umum Golkar ini mengajak masyarakat bekerja sama untuk berjuang bersama-sama dengan Golkar.

Pada acara pidato hari kebangkitan Nasional, Ketua umum menyampaikan tentang

optimisme Partai Golkar untuk mengambil peran strategis sebagai partai pemersatu dan pendorong semangat kebangkitan Nasional, berikut adalah salah satu kutipan pidatonya:

Dalam konteks kebangsaan sekarang, Partai Golkar dapat mengambil peran sebagai pendorong keadilan, ketegasan, dan hukum, serta kemajuan bangsa. Jika terjadi keguncangan dan disharmoni di tengah-tengah bangsa ini, maka Golkar harus mampu dan bersedia menjadi penengah, menjadi kekuatan yang mempertautkan, bukan malah mempertajam perbedaan. Golkar harus mampu menjadi partai yang memberi solusi, meraih dan merangkul semua elemen bangsa untuk mencapai tujuan-tujuan besar di masa depan. Dengan semua itulah maka Partai Golkar akan terus berdiri di garis terdepan sebagai kekuatan politik yang memberi makna kongkret bagi semangat kebangkitan nasional yang hari ini kita rayakan. (Pidato Aburizal Bakrie dalam Peringatan Hari Kebangkitan Nasional ke-103. di Serdang Bedagai, 20 Mei 2011)

Pidato tersebut menunjukkan bahwa, Golkar dicitrakan sebagai partai yang masih memiliki kepercayaan diri, kekuatan dan pengaruh yang kuat dalam belantika perpolitikan nasional. Golkar berkeyakinan bahwa dirinya akan sanggup menjadi moderator dan pemberi solusi dalam meraih kemajuan bangsa. Dalam pidato tersebut juga mengajak seluruh lapisan masyarakat untuk bekerja sama dengan Golkar.

Menjelang tahun baru Masehi, ketua umum Golkar juga menyempatkan diri untuk menyampaikan pidato akhir tahun, pidato tersebut mengajak seluruh kader Golkar dari berbagai unsur dan lapisan untuk melakukan refleksi dan memperbaharui komitmen kader Golkar terhadap kemajuan partai serta kemajuan bangsa dan negara. Berikut adalah bagian kutipan dari pidato Aburizal Bakrie.

Kita harus membuka kembali perdebatan mengenai prioritas kita sebagai bangsa. Apa yang kita anggap berharga dan penting bagi kemajuan Indonesia: dana untuk pendidikan, gizi, kesehatan, listrik, jalan, air bersih, atau subsidi

dan pemborosan BBM. Selain isu-isu ekonomi yang bersifat strategis tersebut, berbagai soal penting lainnya, seperti pertahanan, keamanan, konflik sosial serta integrasi bangsa masih terus harus diperhatikan dengan seksama. Tujuan kita jelas. Arah sudah kita tetapkan. Marilah kita sambut datangnya tahun 2011 dengan penuh harapan, dengan tangan terbuka dan sikap yang optimistis. Walaupun Partai Golkar sekarang ini adalah partai politik tertua di Indonesia, tetapi saya yakin bahwa dalam soal semangat, dalam soal tekad dan kerja keras, kita adalah partai dengan tenaga dan jiwa yang paling muda. (Pidato Akhir Tahun Ketua Umum Partai Golkar di Jakarta, tanggal 16 Desember 2010)

Pidato ketua umum ini kembali menjelaskan cara-cara bagaimana Golkar menjalankan kekuasaan apabila benar-benar diberi kepercayaan oleh masyarakat. Pidato tersebut juga memberikan motivasi kepada masyarakat untuk berkembang dan memiliki keberdayaan untuk bangkit menyelesaikan berbagai persoalan bangsa.

Upaya mengembalikan Citra Partai dengan Prestasi

Sebelum menghadapi Pemilu 2014, Golkar diisyaratkan untuk terlebih dahulu menguatkan citra dari figur ketua umum tersebut dengan menyelesaikan berbagai urusan yang dianggap akan mengganggu pencitraan tersebut. Golkar dituntut mampu menunjukkan prestasi dalam kiprahnya membangun kehidupan sosial, ekonomi dan politik. Setelah Golkar berhasil menunjukkan kiprahnya, maka masyarakat akan melihat siapa individu-individu dibalik keberhasilan tersebut. Dijelaskan oleh Tata Sukaryana :

Pencitraan itu muncul dari individu-individu pengurus. Membangun citra Golkar akan terlihat dari kualitas individu, tidak akan terbangun suatu partai tanpa kualitas individu pengurus atau kader partai yang tidak baik, disini ditanamkan integritas dan loyalitas kepada partai. (Wawancara dengan Tata Sukaryana dan

H.R. Budiman Hardjasuganda, di Bandung)

Agenda yang terpenting bagi ketua umum dan Golkar adalah bagaimana bisa menunjukkan kepada masyarakat, bahwa Golkar betul-betul serius dan punya kemampuan untuk mengurus bangsa dan negara ini, Golkar juga berhati-hati menjaga kesalahan-kesalahan yang akan menjadi bumerang bagi pencitraannya. Seperti diamati oleh Siti Zuhro :

Sekarang Golkar sedang menaikkan citranya, yang jelas dia tidak mau mengulang pemilu tahun 2004 dan 2009, sekarang Golkar ingin bangkit, Golkar yang tidak ingin dibodohi, dia tidak ingin didikte, Golkar yang punya integritas, dengan menyamakan 'suara Golkar suara rakyat' itu adalah integritas, Golkar sedang mereaktualisasikan dirinya, pengakuan terhadap Golkar itu ada, tapi Golkar ingin ada penegasan kembali. (Wawancara dengan R. Siti Zuhro di Jakarta)

Partai Golkar memiliki cara tersendiri untuk meraih kembali kekuasaannya yang telah hilang. Untuk menaikkan citranya, Golkar berusaha mengaktualisasikan dirinya berkiprah di berbagai ranah, Golkar memiliki tiga wahana untuk mengaktualisasikan dirinya yaitu; di parlemen, pemerintahan dan di Partai Golkar sendiri. Tiga kendaraan ini sebenarnya sudah cukup memadai bagi Golkar untuk membangun citra positif partai, tinggal bagaimana kepandaian Golkar dalam memanfaatkan kendaraan tersebut.

Bencana lumpur Lapindo adalah salah satu isu yang kini masih menjadi sasaran empuk untuk menghantam ketua umum. Dengan bencana tersebut masih banyak orang yang bersikap menyalahkan dan menyudutkan ketua umum, namun pihak Golkar melakukan pembelaan dengan memberikan bukti bahwa, ketua umum tersebut juga telah banyak melakukan kegiatan-kegiatan sosial yang membantu rakyat, seperti halnya program Bakrie Micro-Finance yang memberikan dana bergulir kepada rakyat kecil, ketika menjadi Menkokesra hingga sekarang tidak henti-hentinya mempersembahkan karya nyata yang bermanfaat secara langsung kepada

rakyat, seperti program “Bersama Bangkitkan Usaha Kecil dari Aceh sampai Papua” yang kini sedang berjalan berupa pemberian tambahan modal bagi pelaku usaha kecil di 33 provinsi.

Simpulan

Salah satu tujuan komunikasi politik adalah membangun citra positif bagi khalayak. Citra politik terbentuk berdasarkan informasi yang diterima khalayak, baik secara langsung maupun melalui media politik, termasuk media massa yang bekerja untuk menyampaikan pesan politik yang umum dan aktual. Citra politik berkaitan juga dengan pembentukan pendapat umum, karena pada dasarnya pendapat umum terbangun melalui citra politik, sedangkan citra politik terwujud sebagai konsekwensi kognitif dari komunikasi politik.

Citra merupakan kesan, perasaan dan gambaran publik terhadap suatu organisasi atau perusahaan, sehingga citra positif perlu diciptakan dengan sengaja dan dipelihara sepanjang organisasi atau partai itu ingin tetap eksis di tengah-tengah publiknya, karena citra positif adalah aset penting bagi suatu organisasi dalam mempertahankan kehidupannya.

Partai, sebagai organisasi politik membutuhkan terciptanya citra positif partai, citra positif dapat ditunjukkan melalui penyikapan terhadap berbagai peristiwa politik dengan membawa aspirasi politik yang sesuai dengan tuntutan publik atau konstituennya. Citra politik berkaitan dengan sosialisasi politik, karena citra politik terbentuk melalui proses pembelajaran politik baik secara langsung maupun melalui pengalaman empiric.

Model pencitraan partai politik Golkar dilakukan dalam beberapa hal diantaranya, Pertama dengan mengajukan motto “*The Party of Idea*” yaitu; sebuah gagasan yang ingin mencitrakan Golkar sebagai partai yang berkembang diwarnai dengan pertarungan berbagai gagasan atau ide yang ditelorkan oleh kader-kader Golkar. Golkar ingin menunjukkan sebagai partai yang memiliki kekuatan sebagai gudang pemikiran untuk perbaikan bangsa ini.

Sesuai.

Kedua, untuk mencitrakan sebagai partai yang kosmopolit, Golkar melakukan kunjungan-kunjungan ke luar negeri dengan menemui para pimpinan partai dan pimpinan Negara. *Ketiga*, pidato politik juga kerap dijadikan sebagai momen untuk mendongkrak citra partai dan ketua umumnya dengan mensosialisasikan pemikiran dan ide-ide kontemporer yang dimiliki Golkar lewat orasi yang disampaikan oleh ketua umum. *Keempat*, sebagai upaya untuk menaikkan citranya, Golkar berusaha mengaktualisasikan dirinya berkiprah di berbagai ranah, Golkar memiliki tiga wahana untuk mengaktualisasikan dirinya yaitu; di parlemen, pemerintahan dan di Partai Golkar sendiri. Tiga kendaraan ini sebenarnya sudah cukup memadai bagi Golkar untuk membangun citra positif partai, tinggal bagaimana kepandaian Golkar dalam memanfaatkan kendaraan tersebut.

Daftar Pustaka

- Arifin, Anwar. 2006. *Pencitraan dalam Politik: Strategi Pemenagan Pemilu dalam Persepektif Komunikasi Politik*. Jakarta: Pustaka Indonesia.
- Budiardjo, Miriam. 2005. *Pengantar Ilmu Politik*. Jakarta: Universitas terbuka.
- Cangara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Firmanzah. 2011. *Mengelola Parta Politik: Komunikasi dan Positioning Idiologi Politik di Era Demokrasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Kantaprawira, Rusadi. 1994. *Sistem Politik Indonesia*. Bandung: Sinar Baru
- Kaid, Lynda Lee & Christina Holtz-Bacha, 2008. *Encyclopedia of Political Communication*. Volume 1 & 2. California: SAGE Publication.
- McNair, Brian. 2003. *An Intriduction to Political Communication*. New York - London: Routledge Taylor & Francis Group.
- Nimmo, Dan. 2000. *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*.

- Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nimmo, Dan. 2000. *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto, 2005. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Soemirat, Solehdkk, 2000. *Komunikasi Persuasif*. Jakarta: Universitas Terbuka Depdiknas.
- Syam, Nina Winangsih. 2009. *Sosiologi Komunikasi*. Bandung: Humaniora.
- _____ 1992. *Efek Kampanye Sadar Wisata yang ditayangkan Televisi Terhadap Sikap dan Perilaku masyarakat mengenal Sapta Pesona dan Citra Wartawan Mancanegara*. (Disertasi) Bandung: Pascasarjana unpad.
- Soemarno AP. 2002. *Komunikasi Politik*. Jakarta: Pusat Penerbitan UT.