MetaCommunication; Journal Of Communication Studies
Vol 5 No 1 Maret 2020
P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

STRATEGI PENCITRAAN PARTAI DEMOKRAT WILAYAH KOTA BANJARMASIN SAAT PEMILU TAHUN 2019

Fahrianoor[1)]

[1)]Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Lambung Mangkurat
Alamat Email : fahrianoor13@gmail.com

ABSTRACT

The Democratic Party in the 2004 General Elections entered the top five political parties with the highest electability in Indonesia. This party's victory was not only achieved at the central level but also the regional level. The party's positive trend continued into the 2009 elections. The Democratic Party experienced a significant decline in votes in 2014 due to the issue of corruption. The decline in votes has certainly had an impact on the preparation of the Democratic Party in the 2019 elections. The Democratic Party must prepare an appropriate political winning strategy, both at the central and regional levels. This study aims to determine the Democratic Party's imaging strategy in the city of Banjarmasin. This research uses a qualitative method, with a qualitative descriptive approach. The theory used in this study is the theory of empathy. The results showed that there were three imaging strategies carried out by the Democratic Party, namely imaging through the management of issues, through consulting services, and mass media. This imaging strategy is managed for the 2019 elections. This research generates suggestions that the Democratic Party should utilize issues that can improve the party's image. The Democratic Party should also use the services of political consultants from professional circles to boost the party's positive image. The use of mass media should also not be limited to party leaders, but the level of functionaries.
Keywords: *imaging strategy, 2019 elections, political winning strategies, empathy teory.*

ABSTRAK

Partai Demokrat pada Pemilihan Umum tahun 2004 masuk dalam posisi lima besar partai politik dengan elektabilitas tertinggi di Indonesia. Kemenangan partai ini tidak hanya diraih pada tingkat pusat saja, melainkan juga tingkat daerah. Tren positif partai tersebut berlanjut hingga pemilu tahun 2009. Partai Demokrat mengalami penurunan perolehan suara yang signifikan pada tahun 2014 salah satunya disebabkan isu korupsi. Penurunan perolehan suara tersebut tentunya berdampak pada persiapan Partai Demokrat pada Pemilu Tahun 2019. Partai Demokrat harus mempersiapkan strategi pemenangan politik yang tepat, baik pada tingkat pusat maupun daerah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pencitraan Partai Demokrat di Kota Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan diskriptif kualitatif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori empati. Hasil penelitian menunjukan ada tiga strategi pencitraan yang dilakukan oleh Partai Demokrat, yaitu pencitraan melalui pengelolaan isu, melalui jasa konsultan, dan melalui media massa. Strategi pencitraan ini dikelola untuk pemilu 2019. Penelitian ini menghasilkan saran bahwa Partai Demokrat seharusnya memanfaatkan isu-isu yang dapat memperbaiki citra partai. Partai Demokrat juga sebaiknya menggunakan jasa konsultan politik dari kalangan profesional untuk mendongkrak citra positif partai. Pemanfaatan media massa juga sebaiknya tidak terbatas pada pimpinan partai, namun hingga ke level fungsionaris.
Kata Kunci: strategi pencitraan, pemilu 2019, strategi pemenangan politik, teori empati.

PENDAHULUAN

Berdasarkan hasil verifikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) pada tahun 2004 yang lalu, terhitung ada 24 partai politik di nyatakan sebagai partai politik yang ikut

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

Pemilu Legislatif. Sedangkan pada pemilu tahun 2009 jumlah partai semakin bertambah menjadi 38 partai politik. Mulai dari partai yang berideologi paham agama hingga partai yang menganut paham nasionalis. Salah satu partai yang menganut paham nasional dan sering diperbincangkan ketika itu adalah Partai Demokrat. Partai ini terbilang sangat unik, karena di usia yang terbilang masih muda, partai ini justru berhasil memenangkan pilihan rakyat pada dua kali pemilu. Kemenangan tersebut yakni pada pemilu legislatif tahun 2004 dan tahun 2009.Sejak terbentuk pada tanggal 25 September 2001 yang lalu, Partai Demokrat dipimpin oleh Susilo Bambang Yudhoyono yang juga menjabat sebagai Presiden aktif Republik Indonesia selama dua kali masa periode. Menjabat sebagai Presiden dan sekaligus menjadi pemimpin partai membuat Partai Demokrat semakain di kenal luas oleh masyarakat ketika itu. Banyak pihak yang begitu serius terutama baik rekan maupun lawan-lawan politiknya melakukan pengamatan dan sorotan politik yang lebih intensif kepada Partai Demokrat. Terutama untuk melihat strategi yang mereka pakai saat itu.

Partai Demokrat menjadi sebuah partai yang fenomenal karena satu-satunya partai politik di era reformasi yang mampu menang pemilu secara merata. Tidak hanya pada di tingkat nasional saja, namun juga pada tingkat daerah, seperti misalnya kemenangan yang terjadi di Kota Banjarmasin, Provinsi Kalimantan Selatan. Saat itu, Partai Demokrat berhasil mengantar banyak kadernya terpilih dan berhasil menjabat sebagai anggota dewan, mengungguli jumlah utusan dewan dari partai lain. Kemenangan pada pemilu presiden dan pemilu legislatif pusat pada tahun 2004 dan pemilu tahun 2009 yang lalu menunjukan Partai Demokrat sebagai partai yang kuat dengan perolehan suara yang besar. Pada artikel yang dimuat k*ompas.com*, ada beberapa faktor yang menjadi penyebab tingginya angka kepercayaan masyarakat terhadap Partai Demokrat pada tahun 2004 hingga tahun 2009.

Antara lain disebabkan banyaknya masalah korupsi, belum tuntasnya kasus-kasus hukum, penyelesaian konflik yang tidak kunjung selesai hingga belum stabilnya ekonomi negara menjadi menjadi isu-isu besar yang sering diulas saat itu dan Susilo Bambang Yudhoyono dianggap mampu menyelesaikannya. Sosok Susilo Bambang Yudhoyono dinilai masyarakat sebagai pribadi yang tegas dan berwibawa. Selain media cetak dan elektronik, para pengamat hingga masyarakat juga ikut membahas tentang Partai Demokrat yang di anggap cukup unik. Kehadiran Sosok Susilo Bambang Yudhoyono dengan Partai Demokrat saat itu benar-benar di anggap sebagai tokoh yang mampu menyelesaikan masalah tersebut.

Kemenangan Partai Demokrat selama dua periode berturut-turut pada pemilu sebelumnya, yakni pada pemilu tahun 2004 dan pemilu tahun 2009 tidak hanya terjadi di tingkat pusat saja, namun juga di alami di seluruh daerah di Indonesia. Pada pemilu tahun 2004 Partai Demokrat berhasil berada

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

pada posisi lima besar. Saat itu Partai Demokrat dikalahkan PAN dengan memperoleh 25.716 suara, PKS memperoleh 24.359 suara, partai GOLKAR memperoleh 19.536 suara dan PPP memperoleh 18.844 suara.Sementara lima tahun berikutnya, yakni pada pemilu tingkat legislatif tahun 2009, Partai Demokrat berhasil menjadi pemenang dengan perolehan suara tertinggi sebanyak 48.155 suara. Perolehan tersebut mengungguli partai-partai lain yang sebelumnya (pemilu tahun 2004) menjadi pemenang, seperti partai GOLKAR yang hanya mendapat 25.402 suara, PBR dengan 25.386 suara, PKS mendapat 23.800 suara, sedangkan PPP yang pada pemilu sebelumnya duduk di urutan 4, hanya mendapat 19.575 suara dan harus tergeser di 5 besar.

Namun pada pemilu tahun 2014 perolehan suara Partai Demokrat mengalami penurunan yang sangat signfikan. Partai Demokrat berada jauh di bawah enam partai lainnya. Asumsi yang menyebabkan partai ini kehilangan kepercayaan adalah karena fungsionarisnya banyak terjerat denga kasus-kasus korupsi yang ditangani oleh Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK). Data dari KPUD Provinsi Kalimantan Selatan menyebutkan bahwa perolehan Suara Partai Demokrat adalah sebagaimana yang ada pada tabel 1 berikut ini :

Tabel 1. Perolehan Suara Partai Peserta Pemilu Kota Banjarmasin Tahun 2014

Partai Politik	Suara Sah
Partai Nasional Demokrat (NasDem)	14.967
Partai Kebangkitan Bangsa (PKB)	30.825
Partai Keadilan Sejahtera (PKS)	20.737
Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P)	53.278
Partai Golongan Karya (Golkar)	48.006
Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra)	20.403
Partai Demokrat (PD)	19.553
Partai Amanat Nasional (PAN)	16.106
Partai Persatuan Pembangunan (PPP)	35.648
Partai Hati Nurani Rakyat (Hanura)	17.122
Patai Bulan Bintang (PBB)	7.759
Patai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKPI)	3.184

Sumber: KPUD Provinsi Kalimantan Selatan

Mengacu pada data tersebut, untuk memenangkan Pemilu 2019 tentulah bukan sesuatau yang mudah untuk dilakukan. Perlu upaya-upaya strategis untuk mengangkat kembali citra Partai Demokrat di tingkat publik. Untuk itu permasalahan penelitian ini adalah bagaimanakah strategi pencitraan yang dibangun oleh Partai Demokrat wilayah Kota Banjarmasin pada pemilu tahun 2019?

Terkait dengan strategi pencitraan Partai Demokrat tersebut, sebaiknya memahami konsep teori yang mendukung konsep pencitraan tersebut. Teori yang cukup relevan untuk mendukung konsep pencitraan tersebut adalah teori empati. Secara sederhana disebutkan bahwa empati adalah kemampuan menempatkan diri pada situasi dan kondisi orang lain. Pakar komunikasi, yakni Berlo dalam Arifin (2003) memperkenalkan teori yang dikenal dengan nama *influence theory of emphaty* (teori penurunan dari penempatan diri kedalam diri orang lain). Artinya, komunikator mengandaikan diri, bagaimana

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

kalau ia berada pada posisi komunikan. Berlo juga berpendapat jika dalam hal ini individu memiliki pribadi khayalak sehingga individu-individu yang berinteraksi dapat menemukan dan mengidentifikasi persamaan-persamaan dan perbedaan masing-masing, yang kemudian menjadi dasar dalam melakukan penyesuaian.

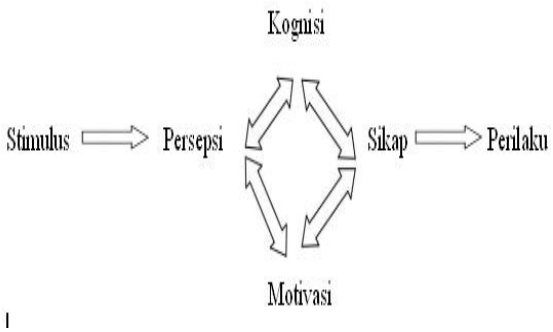
Pada tataran implementatif, teori empati tersebut dalam politik diturunkan sebagai strategi untuk membangun pencitraan politik. Strategi sebagaimana yang dikemukakan oleh .WF Glueck dan LR Jauch (1992) mendefinisikan strategi sebagai rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis organisasi dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai.

Strategi yang baik terdapat adanya koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.Strategibisa juga menjadi rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Untuk itu diperlukan metode atau teknik tertentu sehingga kebijakan yang dihasilkan, akan optimal dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Pemahaman tersebut dikuatkan lagi oleh Hariadi (2005), yang menyebutkan bahwa strategi adalah merupakan proses penyusunan langkah-langkah yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi partai, menetapkan tujuan strategis dan misi kelompok organisasi, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan *customer value* terbaik. Artinya strategi merupakan suatu cara agar dapat mencapai tujuan secara optimal.

Adapun pemahaman tentang pencitraan Tjiptono (1999) adalah penghargaan yang didapatkan oleh kelompok/organisasi karena adanya keunggulan yang ada pada, sehingga kelompok/organisasi dapat terus mengembangkan dirinya untuk Pencitraan menurut David A. Arker dan John G. Mayer dalam Nova (2011) adalah anggapan, impresi atau gambaran seseorang/sekelompok orang mengenai objek yang bersangkutan.

Proses pembentukan citra yang sesuai dengan pengertian komunikasi dijelaskan oleh John S. Nimpeono dalam Nova (2011). Ia menjelaskan jika citra yang di dapat di pengaruhi oleh beberapa faktor. Adapun proses tersebut ia jelaskan dalam bentuk skema tentang tingkah laku konsumen tertuang dalam model berikut :



Gambar 1. Model Pembentukan Citra
Sumber: Firsan Nova (2011)

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

Gambar tersebut di atas menjelaskan jika pencitraan berperan sebagai input output. Proses yang terjadi di atas adalah pembentukan citra, dengan inputnya adalah stimulus yang diberikan dan ouput adalah tanggapan atau perilaku tertentu. Pengertian Citra digambarkan melalui persepsi-kognisi-motivasi dan sikap. Tujuannya adalah untuk dapat membangun citra (*images buildings*), memulihkan citra (*image recovery*), dan mempertahankan citra (*maintenance of image*).

Dengan penerapan pola pencitraan yang baik, target pemilih akan bisa diraih tepat sasaran dan dengan jumlah yang banyak. Banyak politisi dan partai yang menggunakan pola pencitraan dalam strategi pemenangannya, meski begitu pola pencitraan yang mereka lakukan akan berbeda satu sama lain.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian yang berjudul Strategi Pencitraan Partai Demokrat Kota Banjarmasin pada Pemilu Tahun 2019 ini ialah pendekatan kualitatif. Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dalam penelitian ini karena data yang digunakan bukan angka atau bilangan sehingga memudahkan penulis untuk melakukan evaluasi mengurai dan membuat kesimpulan. Menurut Brannen (1992), penelitian adalah penelitian yang tidak menggunakan model-model matematik, statistik atau komputer.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang banyak menggunakan sumber kata-kata, gambar dan dengan memakai desain evaluatif bukannya dengan angka-angka sehingga akan banyak analisa yang prosedur evaluasi dihasilkan dalam pendekatan penyusunannya (Idrus, 2009). Sementara itu menurut Sukmadinata (2007) penelitian deskriptif merupakan desain dan dalam mengumpulkan dan menganalisis data. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang diteliti (Moleong, 2005). Penelitian ini dititik beratkan pada hal-hal yangberhubungan dengan strategi pencitraan yang dilakukan Partai Demokrat wilayah Kota Banjarmasin.

Lokasi penelitian yakni pada partai Demokrat wilayah kota Banjarmasin yang berada dijalan perintis kemerdekaan No.04A RT.021 Banjarmasin. cakupan wilayah penelitian ini antara lain meliputi lima (5) kecamatan, yakni Kecamatan Banjarmasin Timur, Kecamatan Banjarmasin Tengah, Kecamatan Banjarmasin Barat, Kecamatan Banjarmasin utara dan Kecamatan Banjarmasin Selatan. Pengambilan lokasi ini bertujuan agar penelitian yang dilakukan memiliki cakupan penelitian yang lebih khusus dan terarah. dengan alasan tersebut peneliti bermaksud melakukan penelitian terkait pencitraan yang dilakukan Partai Demokrat kepada publik.

Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara, studi literatur, dan studi dokumentasi. Pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab, wawancara secara langsung dengan Pimpinan dan pengurus

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

Partai Demokrat wilayah Kota Banjarmasin, anggota DPRD Kota Banjarmasin yang terpilih tahun 2009 serta pengamat politik, wartawan politik dan beberapa masyarakat yang tersebar di lima (5) kecamatan di Kota Banjarmasin.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pengelolaan Isu Partai Demokrat

Dalam dua kali pemilu di adakan kehadiran Partai Demokrat sebagai partai baru, cukup menyita banyak perhatian. Partai Demokrat meraih kemenangan yang begitu siginifikan, bukan hanya di tingkat pusat saja namun kemenangan juga di raih oleh Partai Demokrat di kota Banjarmasin, khususnya pada pemilu legislatif tahun 2004 dan tahun 2009 yang lalu. Hal tersebut menjadi bukti jika keberadaan partai ini cukup di kenal oleh masyarakat.

Ketua Partai Demokrat H. Abdul Gais yang juga menjadi anggota dewan di DPRD Kota Banjarmasin, mengakui sangat optimis mengenai popularitas partai Demokrat ketika berhasil menang pemilu saat itu. Menurutnya suara partai masih sangat tinggi di mata masyarakat. Seperti yang di sampaikan beliau dalam wawancara berikut :

> *"Partai Demokrat sangat dikenal saat itu, terbukti pada pemilu tahun 2004 dan tahun 2009 berhasil menjadi pemenang pemilu. Baik di tingkat nasional dan lokal, otomatis masih di kenal oleh masyarakat," (Wawancara, 12 Februari 2013).*

Apa yang di sampaikan oleh pimpinan Partai Demokrat semakin di perkuat oleh pengurus partai Muhammad Kurniawan Putra yang menjabat sebagai ketua Divisi pembinaan anggota cabang Partai Demokrat Kota Banjarmasin, dalam satu kali wawancara ia menyatakan :

> *"Iya ketika itu Partai Demokrat cukup tinggi popularitasnya sehingga berhasil menjadi pemenang pemilu. Di tingkat pusat berhasil mengusung susilo Bambang Yodhuyono sebagai presiden dan di tingkat Kota Banjarmasin mengantarkan banyak caleg ke kursi dewan." (wawancara, 14 Februari 2013).*

Dari penuturan kedua pengurus Partai Demokrat tersebut menandakan ada keoptimisan yang di yakini oleh partai, jika hingga saat ini masyarakat masih mengenal dengan Partai Demokrat. Dalam kesempatan lain, penulis juga berkesempatan mewancarai beberapa masyarakat yang ada di kota Banjarmasin. masyarakat yang di temui mengaku mengenal Partai Demokrat dengan baik, seperti yang di sampaikan bapak Johan warga Banjarmasin utara, sebagai berikut :

> *" Iya sangat mengenal partai Demokrat, yakni pemenang pemnilu tahun 2009 yang lalu baik yang di pusat maupun di Banjarmasin. " (Wawancara, 4 Februari 2013).*

Dalam wawancara yang di lakukan penulis terhadap beberapa masyarakat yang tersebar di wilayah kota Banjarmasin, terungkap fakta jika pengetahuan masyarakat dalam mengenal partai Demokrat lebih di sebabkan pada ketokohan petinggi partai yang ada pusat, yakni figur Susilo Bambang Yudhoyono yang telah berhasil menjadi presiden pada tahun 2009 yang lalu dan juga beberapa tokoh pusat lainnya. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Siti Maisyaroh warga

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

kecamatan Banjarmasin barat, sebagai berikut :

> *"Kenal, partai ini yang di pimpin oleh presiden SBY dan menggunakan lambang bendera warna biru. " (Wawancara, 14 Maret 2017).*

Pengamat politik Kalimantan selatan, Drs Apriansyah M.Si. berpendapat jika popularitas Partai Demokrat Kota Banjarmasin pada tahun 2004 dan tahun 2009 memang masih tinggi dibandingkan dengan partai−partai lain. Seperti petikan wawancara dengan beliau yakni sebagai berikut :

> *" Popularitas Partai Demokrat pada saat itu memang sangat tinggi di banding partai yang lain. Tidak hanya di Banjarmasin saja, namun juga hampir di banyak daerah di negeri ini, sehingga secara nasional juga menjadi partai pemenang pemilu, " (Wawancara, 14 Maret 2017).*

Untuk mengukur popularitas sebuah partai di masyarakat, hal yang perlu di gali adalah pengetahuan-pengatahuan lain tentang seberapa jauh mereka mengenal tentang Partai Demokrat. Seperti pengetahuan tentang pengetahuaan letak keberadaan kantor sekretariat partai, keberadaan kader-kader partai dilingkungan sekitar mereka tinggal. Selain itu peran media, seperti baliho,spanduk iklan televisi, dan selebaran juga perlu digali lebih dalam untuk mengetahui pengetahuan mereka tentang suatu partai. sehingga dengan memiliki pengetahuantersebut Partai Demokrat di anggap sudah berjalan dengan baik dan memiliki basis massa yang bagus.

Seiring dengan popularitas Partai Demokrat sangat tinggi saat itu, menurut Pimpinan Partai Demokrat wilayah Kota Banjarmasin yang menjadi Informan kunci dalam penelitian ini, Bapak H.Abdul Gais. Jika strategi pengelolaan isu telah berhasil di bangun partai saat itu sehingga Partai Demokrat sangat populer dan terbukti mampu menarik minat masyarakat untuk bergabung dengan partai tersebut. Seperti dalam petikan wawancara berikut :

> *" Kader partai Demokrat lahir dari proses selektif organisasi yang ketat. Sebelum bergabung di partai, kader kami merupakan para tokoh masyarakat, cendikiawan dan aktivis didaerahnya. Sehingga ketika bergabung di partai ini hal itu semakin melengkapi hubungan baik mereka dengan masyarakat " (Wawancara tanggal 15 Maret 2017).*

Pernyataan serupa juga di sampaikan oleh Muhammad Kurniwan Putra, salah satu pengurus Partai Demokrat Kota Banjarmasin kota Banjarmasin, sebagai berikut :

> *" Kader-kader Partai Demokrat adalah orang pilihan yang memiliki nama baik di masyarakat ditambah dengan program kerja partai menjadikan para kader semakin dikenal." (Wawancara, 15 Maret 2017)*

Mengenai popularitas Partai Demokrat yang di akui oleh para kadernya tetap bagus dan populer di mata masyarakat. Nampaknya berbanding dengan pernyataan dari pengamat politik Kalimantan selatan, Drs Apriansyah MSi,. beliau menjelaskan jika sebenarnya keberadaan para kader Partai Demokrat kurang begitu di kenal oleh masyarakat Kota Banjarmasin. Selama ini popularitas partai lebih banyak di sebabkan oleh tokoh sentral Susilo Bambang Yudhoyono, seperti dalam petikan wawancara berikut :

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

> *" Kalau popularitas secara partai memang sangat tinggi, namun untuk popularitas kader secara individu saya rasa masim belum merata. Banyak kader partai yang saat itu hanya mendomplang pada popularitas tokoh sentral Susilo Bambang Yudhoyono. Sehingga walaupun tidak dikenal,masyarakat tetap memilih partai Demokrat." (Wawancara 16 Maret 2017)*

Wartawan bidang politik di media cetak Kalimantan Selatan, Media kalimantan bapak Amran juga menjelaskan jika kader Partai Demokrat kota Banjarmasin terlalu bergantung dengan tokoh sentral yang ada di pusat, berikut petikan wawancaranya :

> *" Karena menjadi pemenang pemilu sudah pasti partai Demokrat sangat populer di mata masyarakat. Namun untuk kader partai belum tentu semua dikenal masyarakat. Memang ada beberapa kader di kenal sebagai tokoh oleh masyarakat tetapi banyak yang dibantu oleh elektabilitas partai saat itu." (Wawancara, 16 Maret 2017)*

Berdasarkan hasil wawancara terkait dengan popularitas para kader dan Partai Demokrat pada masyarakat di atas di peroleh pengakuan jika ada sebagian yang masih mengenal baik dengan para kader partai di wilayahnya. Sementara banyak juga yang mengaku hanya mengenal Partai Demokrat melalui tokoh sentral pusat khususnya sosok Susilo Bambang Yudhoyono.

Menurut pengamat politik kalsel dan wartawan bidang politik Kalimantan Selatan, pengelolaan isu yang baik akan menjadi mendorong pengetahuan masyarakat untuk lebih mengenal akan keberadaan partai demokrat. Baik itu pengetahuan tentang keberadaan sekretariat mapupun kader partai yang ada di lingkungannya.

Strategi Partai dengan Jasa Konsultan

Strategi politik menjadi sangat penting disini, karena berkaitan dengan tehnik dan tata cara komunikasi yang dijalankan oleh partai dan kader. Sehingga dengan adanya program-program seperti itu di harapkan mampu mendekatkan masyarakat dengan partai Demokrat. Keterlibatan peran konsultan politik dalam memenangkan Partai Demokrat pada pemilu tahun 2004 dan tahun 2009 yang lalu di sampaikan oleh sendiri oleh informan kunci yakni pimpinan Partai Demokrat Kota Banjarmasin, H. Abdul Gais. Berikut petikannya :

> *"Jasa konsultan menjadi tim ahli yang berada di dalam partai demokrat. Ia bertugas membaca, menganalisa dan memberi masukan dalam setiap langkah yang di ambil partai." (Wawancara, 16 Maret 2017).*

Adapun program kerja yang umumnya di lakukan oleh para kader Demokrat ternyata merupakan peran dari sumbangsih pemikiran dari jasa-jasa konsultan politik yang menjadi sumber ide, analisa dan program kerja mereka dalam berkegiatan. Sehingga dalam berpolitik masyarakat sering kali melihat hasil produk daripara konsultan politik tersebut yang lebih banyak bersifat kampanye sosial.

Strategi Partai dengan Media Massa

Media massa merupakan salah satu pilar penting bagi sebuah Demokrasi. Ia memainkan peran yang begitu sentral dalam setiap perubahan politik dan peristiwa yang melibatkan aktor dan tokoh-tokoh politik, tidak hanya di tingkat pusat saja namun juga hingga tokoh-tokoh politik di daerah. Seperti

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

halnya yang terjadi di Kota Banjarmasin pada pemilu tahun 2004 dan 2009 yang lalu.

Untuk meningkatkan popularitas dan elektabilitas partai di masyarakat dan para pemilihnya, kader – kader Partai Demokrat yang ada di wilayah Kota Banjarmasin, khususnya mereka yang berada di kepengurusan tingkat ranting kecamatan memiliki beberapa program kerja rutin yang di lakukan dengan terencana dan tersruktur. Salah satunya dengan memanfaatkan peran media massa yang ada sebagai sarana kampanye partai untuk mengenalkan diri ke masyarakat. Media massa yang umumnya sering di gunakan sebagai kampanye politik sangat beraneka ragam. Meskipun semua memiliki manfaat yang sama, yakni sebagai informasi kepada public. Anderson (1976), menyampaikan jika media massa terbagi menjadi beberapa bagian, yangmedia suara, visual dan gerak.

Media massa yang di golongkan dalam media suara adalah radio, sementara media visual adalah media luar ruang seperti baliho, surat kabar, poster, kalender, dan kartu nama. Sementara media gerak adalah televise. Dalam pemanfaatkan media massa saat itu. Partai Demokrat dalam menerapkan strategi pemenangan mereka juga menggunakan media massa. Penggunakan media massa itu di sampaikan H.Abdul Gais, pimpinan Partai Demokrat kepada penulis beberapa waktu lalu. Berikut petikannya :

> *" Partai Demokrat kota banjarmasin bisa populer karena dekat dengan wartawan dan media. Sehingga pemberitaan tentang partai ini kita akan blow up di media. Baik bentuk liputan, maupun iklan." (Wawancara, 12 Februari 2013)*

Muhammad Kurniawan putra, informan inti mengakui jika beberapa kader mereka juga menggunakan jasa media massa, berikut ungkapannya :

> *" Media massa, menjadi partner yang penting bagi partai Demokrat. Khususnya ketika mensosialisasikan program kerja partai dan para kader. " (Wawancara, 14 Februari 2013)*

Dalam penelitian dilapangan, penulis menemukan jika penggunaan media massa yang sering di lakukan oleh Partai Demokrat adalah media visual, yakni penggunaan baliho, spanduk, kalender, kartu nama dan iklan pada surat kabar. Seperti pada gambar di bawah ini, beberapa berita terkait kegiatan yang masuk di surat kabar sengaja dijadikan kliping oleh Partai Demokrat.

Pembahasan

Keberadaan strategi pencitraan dalam organisasi politik dapat di jadikan sebagai ukuran tentang keberhasilan suatu organisasi partai dalam mencapai misi dan tujuan yang di tetapkan. Suatu strategi pencitraan di anggap optimal dan berhasil jika didalamnya terdapat pola-pola komunikasi yang di gunakan sebagai tolak ukur keberhasilan. Dalam hal ini penulis melihat jika Partai Demokrat kota Banjarmasin yang berada dijalan perintis kemerdekaan No.04A RT.021 Banjarmasin merupakan salah satu partai yang ikut dalam peserta pemilu legislatif di negeri ini juga menerapkan beberapa strategi pencitraan. Pengertian strategi menurut Glueck dan Jauch (1992) yakni sebagai rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

organisasi dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.Dalam sistem Politik yang dibangun Partai Demokrat Kota Banjarmasin, penulis melihat jika populartitas Partai Demokrat Kota Banjarmasin kerap menjadi partai yang memiliki popularitas yang. Itu di buktikan dengan kemenangan yang diraih pada pemilu tingkat legislatif pada tahun 2004 dan tahun 2009 yang lalu.

Menjadi partai dengan popularitas yang tinggi ternyata hal itu di raih karena di sebabkan popularitas dan citra partai yang sudah terlebih dahulu memang tinggi. Popularitas yang di miliki terlihat sangat bergantung pada pencitraan yang dilakukan partai Demokrat di pusat. Salah satunya mengukur pengetahuan masyarakat sejauh mana mereka mengenal partai dan kader Demokrat misalkan melalui media baliho, ikan televisi dan sekretariat kantor di wilayah mereka.

Dalam beberapa wawancara yang dilakukan penulis kepada masyarakat yang tersebar di lima kecamatan wilayah kota Banjarmasin, menemukan jika sebagian dari masyarakat tersebut justru ada yang tidak mengetahui letak sekretariat kantor Partai Demokrat di lingkungannya tinggal. Bahkan, ada juga beberapa warga yang tidak mengenal siapa saja yang menjadi kader partai ini di daerah lingkungan mereka tinggal. Sebagian masyarakat mengenal Partai Demokrat dari sisi yang negatif, misalnya seiring pemberitaan di media yang menayangkan kasus-kasus korupsi yang menjerat pengurus partai Demokrat tingkat pusat.Upaya yang bisa dilakukan untuk bisa mengetahui sejauh peningkatan popularitas Partai Demokrat di kota banjarmasin bisa dilakukan dengan beragam cara.

Menurut, Weber dalam M. Ilham (2009) partai politik sebagai organisasi publik yang bertujuan untuk membawa pemimpinnya berkuasa dan memungkinkan pendukungnya untuk mendapatkan keuntungan politik. Sehingga dalam sistem demokrasi yang ideal, yang paling penting adalah sejauh mana partai politik peserta pemilu dapat merebut hati rakyat melalui program - program kerja yang di tawarkan.

Partai politik seperti partai demokrat dapat di artikan sebagai kelompok orang-orang yang berpandangan yang sama, yang berjuang memperoleh kekuasaan dan pengaruh dalam pemerintahan, untuk dapat memepengaruhi opini publik dan mewujudkan pandangan politik.pembentukan opini public merupakan salah satu strategi yang penting di lakukan oleh banyak partai, khususnya oleh Partai Demokrat jika ingin memenangkan hati pemilihnya dalam pemilu.

Opini dibentuk dengan sedemikian rupa, agar pihak–pihak lain khususnya public yang di maksud mau melakukan tindakan seperti yang di inginkan. Cultip dan Center dalam Sastropoetro (1987) menyatakan jika opini publik adalah sejumlah akumulasi pendapat individual tentang suatu isu dalam pembicaraan secara terbuka dan berpengaruh terhadap sekelompok orang.

Opini publik terbentuk melalui suatu kegiatan seperti debat pembicaraan, atau pertukaran informasi antara individu-individu

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

yang berada dalam suatu kelompok. Opini publik digambarkan sebagai proses penggabungkan pikiran, perasaan dan usul yang diungkapkan oleh suatu kelompok atau organisasi secara pribadi terhadap pilihan kebijakan yang dibuat dalam siutuasi yang mengandung konflik perbantahan dan perselisihan pandapat tentang apa yang akan dilakukan dan bagaimana melakukannya.

Opini publik akan memunculkan citra personal seseorang tentang politik melalui suatu interpretasi yang akan menghasilkan opini pribadi. Setiap opini merefleksikan organisasi yang komplek yang terdiri atas tiga komponen yaitu kepercayaan, nilai dan pengharapan. Pada rentang pemilu tahun 2004 dan 2009 yang lalu, partai Demokrat kota Banjarmasin berhasil membentuk opini publik masyarakat yang positif terhadap partai ini, karena saat itu Partai Demokrat di anggap sebagai partai yang bersih dan konsisten dalam memberantas korupsi.

Dalam berpolitik peran jasa konsultan politik sangatlah penting, ia menjadi salah satu penentu dalam keberhasilan pemasaran dan pengemasan citra partai dan kandidat di masyarakat. Konsultan politik berperan dalam menjalankan strategi, program partaidan langkah-langkah yang harus di lakukan partai dan para kader partai agar mendapat kemenangan. Di balik tingginya elektabilitas dan kemenangan yang diraih Partai Demokrat kota Banjarmasin dalam pemilu tahun 2004 dan tahun 2009 yang lalu. Saat itu jasa konsultan memang telah bekerja dengan optimal terutama dalam merumuskan strategi pemenangan dan langkah-langkah yang dilakukan oleh partai dan kadernya. Salah satu yang bisa dilihat adalah program kerja Partai Demokrat yang mengadakan pelatihan politik kepada para kadernya. Pelatihan tersebut di lakukan dengan terjadwal dengan baik dan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan berpolitik kader partai.

Seorang konsultan marketing politik pada umumnya bekerja lebih pada segi aspek emosional pemilih dibandingkan dengan pemaparan program-program kerja secara spesifik atau penjelasan teknis program. Media akan memiliki peran utama dalam bidang pekerjaan para konsultan marketing politik akan tetapi media bukanlah satu-satunya alat dengan melalui sebuah metode para konsultan marketing politik mencakup penggunaan teknik-teknik penargetan dalam komunikasi jarak dekat atau metode persuasi dengan campuran retorika melakukan rekayasa penggeseran tema perdebatan dalam memengaruhi tingkah laku pemilih.

Tema kampanye adalah bagian dari strategi ini sebagai pembuatan topik yang menarik bagi pemilih. Kebijakan pelaku marketing politik dapat baik digunakan sebagai penyebab mempromosikan seorang atau partai dalam suatu negara, Konsultan marketing politik sering dipersalahkan berperilaku bagaikan menjual produk barang-barang dibandingkan dengan ide-ide atau program politik.

Media massa menurut McQuail dalam Yuniati (2002) secara umum memiliki berbagai fungsi bagi khalayaknya yaitu pertama, sebagai pemberi informasi; kedua, pemberian komentar atau interpretasi yang

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

membantu pemahaman makna informasi; ketiga, pembentukan kesepakatan; keempat, korelasi bagian-bagian masyarakat dalam pemberian respon terhadap lingkungan; kelima, transmisi warisan budaya; dan keenam, ekspresi nilai-nilai dan simbol budaya yang diperlukan untuk melestarikan identitas dan kesinambungan masyarakat.

Adapun dalam penelitian ini, penulis menemukan jika peran media massa dalam peningkatan popularitas Partai Demokrat di kota Banjarmasin pada tahun 2004 dan tahun 2009 yang lalu dapat di lihat dari segi banyaknya pemberitaan memuat kegiatan partai dan para kadernya saat itu. Partai Demokrat Kota Banjarmasin menjelang pemilu tahun 2004 dan tahun 2009 memang begitu dekat dengan media, sehingga berbagai kegiatan yang dilakukan tidak ketinggala di liput oleh wartawan saat itu. Partai Demokrat kota Banjarmasin sadar, jika melalui media bisa mendekati masyarakat yang menjadi pemilihnya.

Sesuai dengan fungsi media yang di sampaikan Tan (1981) bahwa media massa merupakan jenis media yang ditunjukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Ia merupakan suatu organisasi sosial yang mampu memproduksi pesan dan mengirimkannya secara simultan kepada sejumlah besar masyarakat yang secara spasial terpisah.

Meski begitu, sayanganya ketika penggunaan media hanya dilakukan oleh petinggi partai atau pada tingkat pengurus partai saja. Sementara kader partai di tingkat bawah jarang sekali masuk dalam pemberitaan media, sehingga tingkat popularitas hanya di dominasi oleh beberapa kader saja.

KESIMPULAN

Mengacu pada data dan pembahasan dari hasil penelitian tersebut di atas, maka ada beberapa kesimpulan dari penelitian ini. Strategi pencitraan yang dilakukan oleh Partai Demokrat untuk pemilu 2019 adalah dengan pengelolaan isu politik. Strategi pencitraan berikutnya yang dilakukan oleh Partai Demokrat adalah melalui jasa konsultan politik, terutama untuk merumuskan program kampanye partai politik. Strategi pencitraan Partai Demokrat juga dilakukan melalui media massa.

Dalam pengelolaan isu-isu politik Partai Demokrat sebaiknya konsisten dengan isu-isu tersebut. Dalam mempergunakan jasa konsultan politik, sebaiknya Partai Demokrat kota Banjarmasin mengambil dari kalangan profesional, sehingga citra positif dapat terbangun. Dalam pemanfaatan media massa, sebaiknya seluruh fungsionaris partai difasilitasi untuk membangun akses ke media massa, dan tidak terbatas pada pimpinan partai saja.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Arifin, Anwar. 2003. *Komunikasi Politik*. Jakarta: Balai Pustaka.

Anderson, J. E., R.L. Fischer, and S.R. Deloach. (1976). *A Land Use and Land Cover Classification System for Use with Remote Sensor Data*. Geological Survey. Professional Paper 964.

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

Washington, DC : U. S. Government Printing Office.

Brannen, J. (Ed.). (1992). Mixing Methods: Quantitative and Qualitatitive Research. Avebury.

Glueck WF, Jauch LR. 1992. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.

Hariadi, B. (2005). Manajemen Strategi. Malang: Bayumedia Publishing.

Idrus, Muhammad. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. PT. Erlangga. Jakarta

Moleong, L.J. (2005). Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nova, Firsan.(2011).*CRISIS Public Relation*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada

Sastropoetro, Santoso. 1987. *Partisipasi, Komunikasi, Persuasi dan Disiplin dalam Pembangunan Nasional*. Bandung: Penerbit Alumni.

Sukmadinata, N.S. (2007). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Rosda.

Tan, Alexis S (1981). *Mass Communication Theories and Research*. Ohio : Grid Publising, Inc.

Tjiptono, Fandy. 1999. StrategiPemasaran. Yogyakarta: Cetakanketiga, Andi.

JURNAL

Yuniati, Yenni. (2002). "Pengaruh berita di Surat Kabar terhadap Persepsi Mahasiswa tentang Politik", *Mediator: Jurnal Komunikasi* Vol. 3 Nomor 1 Tahun 2002, Diterbitkan oleh Fikom Unisba: Bandung.

TESIS DAN DISERTASI

Arifin, B. (2003). Pengaruh Faktor-Faktor Kepuasan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada 3 Rumah Sakit Swasta di Kota Semarang) (Doctoral dissertation, Program Pascasarjana Universitas Diponegoro).