

Pola Komunikasi Politik Kader Dalam Menindaklanjuti Koalisi Pimpinan Partai Menuju Pemilihan Presiden 2009

Made Wilantara*

*Universitas Jayabaya

ARTICLE INFO

Keywords:
Komunikasi Politik,
Partai,
Koalisi,
Kader

Corresponding Author:
madew9409@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the Phenomenon Gerindra PDI Struggle and this seemed to be in a position opposite to the incumbent. From the context of political communication, the coalition of the two very interesting, because the pattern of political communication by party cadres. As the uniqueness of the surgical tool is the theory. Because of the cadre within the scope of the organization, then the knife is the study of communication theory of organization. Furthermore also equipped with leadership theory, organizational communication, the role of cadres in the political parties, as well as supporting study of the political coalition in the presidential election. The methodology is a case study, which focused on a dynamic case of a cadre of political communication patterns and the Party of Struggle PDI Gerindra at DPC level Bogor City. Or more accurately referred to as 'situational analysis of case studies', ie, qualitative data analysis methods that focus on specific cases that occur on the object of analysis. Data obtained by 3 methods, ie interviews, observation, and literature review. Interview data obtained as a comparison to the interpretation of researchers in connection with aspects of political communication patterns. Observations made in order to get an object of research and identification holistic communicators in it. While literature review as an analysis tool in the process of data interpretation. From the description, reduction, until the interpretation of data, obtained a dynamic phenomenon of communication patterns. Cadre communication patterns change in line with changes in public acceptance of the existence of leadership. Prabowo was marked as present as a figure who could fill the vacuum of leaders with a direct positive acceptance.

Penelitian ini dilakukan untuk melihat fenomena PDI Perjuangan dan Gerindra ini seakan berada pada posisi yang berlawanan dengan incumbent. Dari konteks komunikasi politik, proses koalisi keduanya sangat menarik, karena adanya pola komunikasi politik yang dilakukan oleh kader partai. Sebagai alat pembedah keunikan tersebut adalah teori. Oleh karena kader berada dalam lingkup organisasi, maka pisau telahnya adalah teori komunikasi organisasi. Selanjutnya dilengkapi pula dengan teori kepemimpinan, komunikasi organisasi, peran kader di partai politik, serta kajian pendukung tentang koalisi politik dalam pemilihan presiden. Adapun metodologinya adalah studi kasus, yakni memusatkan perhatian pada suatu kasus dinamika pola komunikasi politik kader PDI Perjuangan dan Partai Gerindra di tingkat DPC Kota Bogor. Atau lebih tepatnya disebut sebagai 'studi kasus analisis situasional', yakni metode analisis data kualitatif yang menekankan pada kasus-kasus khusus yang terjadi pada objek analisis. Data didapatkan dengan 3 metode, yakni wawancara, observasi, dan kajian pustaka. Data wawancara diperoleh sebagai komparasi terhadap interpretasi peneliti dalam keterkaitannya dengan aspek-aspek pola komunikasi politik. Dari proses deskripsi, reduksi, sampai interpretasi data, didapatkan sebuah fenomena dinamika pola komunikasi. Pola komunikasi kader mengalami perubahan sejalan dengan perubahan penerimaan publik terhadap eksistensi pimpinan. Ditandai saat Prabowo hadir sebagai figur yang sanggup mengisi kekosongan pemimpin bangsa dan langsung diterima dengan positif.

PENDAHULUAN

Dinamika dan proses demokratisasi di segala lini dan bidang kehidupan nasional memerlukan banyak keahlian untuk mengawal dan mengarahkan pada jalan yang tepat. Partai politik sebagai sebuah organisasi (Syahrizal, 2006), memiliki pola struktural yang khas dalam menerapkan pola komunikasi dalam mengimplementasikan komunikasi politiknya. Kekhasan tersebut antara lain ditandai oleh debutan "kader" sebagai jajaran di bawah elit partai. Secara sederhana, fenomena organisasi partai politik bisa direduksi menjadi: pimpinan partai dan kader partai, meskipun istilah tersebut bisa dibagi lagi pada strata yang lebih detail.

Dalam sebuah organisasi partai politik, figur pimpinan mempunyai pengaruh yang sangat sentral, mengingat organisasi politik dibangun bukan atas dasar "perolehan gaji" tetapi lebih pada isu-isu ideologis. Khususnya pada kader di tingkat menengah ke bawah, mereka sangat loyal pada pimpinan, meskipun imbalan materi tidak bisa dipastikan. Kelayakan mereka nyaris bisa menyamakan posisi mereka dengan para sukarelawan. Oleh karena itu, urat nadi aktivitas kader sangat tergantung dari mobilitas pimpinan partainya. Bagaimanapun, keberadaan kader sangat penting, karena mereka merupakan mesin partai yang langsung berhubungan dengan masyarakat lapisan bawah. Jika komunikasi politik yang mereka lakukan cukup kompeten, maka komunikasi politik partai secara keseluruhan akan efektif. Namun demikian patut dipahami, bahwa penerimaan masyarakat sangat dipengaruhi oleh citra pimpinan partai, maka tidaklah heran bahwa content komunikasi politik kader lebih banyak berisi citra pimpinan partai dibanding menyampaikan argumentasi-argumentasi logis.

Komunikasi politik memang merupakan aktivitas dan agenda penting bagi semua partai yang berkompetisi dalam pemilihan umum terutama Pilpres yang sangat menentukan keberhasilan di dalam memperjuangkan pemimpin partai untuk menjadi orang nomor satu di pemerintahan. Komunikasi politik menjadi kebutuhan mutlak karena dalam peta politik dibutuhkan koalisi untuk mencapai persentase minimal dalam mengusung pimpinan untuk menjadi presiden dan wakil presiden. Seperti telah diketahui bahwa untuk mengusung pimpinan partai menjadi presiden, maka persentase perolehan suara yang diraih dalam Pileg harus mencapai 20% dukungan. Hal itu berarti, yang suaranya tidak mencapai 20% seperti Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) harus berkoalisi dengan partai lain demi memenuhi persentase dukungan. Koalisi dalam menyambut momen akbar seperti Pilpres bukan merupakan hal

yang mudah, karena menyangkut masa depan partai. Meskipun ada beberapa alternatif karena partai lain yang bernasib sama (tidak mencapai angka 20%) akan mencari pasangan untuk berkoalisi, namun untuk menyamakan visi, misi, serta ambisi merupakan masalah yang kompleks dan rumit. Di sinilah fungsi koalisi dan pola komunikasi politik yang jitu perlu diaplikasikan. Sayangnya, peran dominan dalam masalah ini berada di tangan pimpinan partai, sedangkan para kader lebih bersifat mengikuti saja.

Pola komunikasi politik dan koalisi politik yang tengah dipraktikkan oleh Megawati dan Prabowo begitu menjwai pola komunikasi dan negosiasi kader sampai tingkat terbawah. Dalam hal ini pesan komunikasi politik kader dengan masyarakat lebih bersifat mempertinggi citra pimpinan partai sebagai pembela nasib rakyat.

Adapun komunikasi yang kemudian terbangun antar-kader lebih bersifat objektif dan psikologis. Objektif yang dimaksud adalah bersifat nyata, tidak ada prasangka, tidak dipengaruhi oleh hal-hal yang sifatnya provokasi negatif, jujur berdasarkan keadaan sebenarnya. Psikologis berarti, kedua belah pihak bertindak sesuai dengan yang dikatakan. Itu artinya perilaku yang menjadi salah satu tolok ukur kesolidan. Hal inilah yang kemudian membuat pada kader PDI Perjuangan dan Partai Gerindra menyatu, bahkan kantor keduanya yang semula terpisah seakan telah menjadi kantor bersama.

Untuk itu, pola-pola komunikasi menjadi sangat berpengaruh. Terutamanya, pola komunikasi organisasi, jalur formal dari komunikasi, serta penggunaan legitimasi formal untuk melakukan komunikasi.

Di lain pihak, otoritas dari hierarki organisasi, perbedaan tingkatan manajemen akan menentukan pola komunikasi dalam suatu organisasi. Para kader akan menyesuaikan diri dalam hal berkomunikasi. Adanya spesialisasi juga bisa menyebabkan beberapa departemen tertentu yang berbeda namun membutuhkan komunikasi, sehingga membentuk pola komunikasi.

Demikian pula masalah kepemilikan informasi, mereka yang umumnya lebih mengetahui dan menguasai berbagai informasi yang terkait dengan bagianya, maka orang yang diajak berkomunikasi haruslah orang yang mengetahui dan menguasai hal-hal yang terkait di bagian itu.

Dalam sebuah organisasi politik, terdapat komunikasi vertikal yang dilakukan seseorang yang berada pada tingkat atas ke orang yang berada di bagian tingkat bawah atau sebaliknya. Komunikasi yang

terjadi biasanya mengenai pemberian tugas, pemberian arahan ataupun pelaporan dan pertanggung jawaban.

Selain itu, terdapat pula komunikasi horizontal, yakni antar kader satu atap organisasi yang dilakukan seseorang dengan orang lain yang memiliki tingkatan organisasi yang setara. Komunikasi yang terjadi dalam rangka koordinasi, kerjasama, dan lain sebagainya. Maka, komunikasi antarkader sebenarnya secara verbal banyak dilakukan melalui pola horizontal.

Dari pemaparan di atas cukup terlihat bahwa eksistensi partai identik dengan eksistensi figur pimpinan. Keberadaan PDI Perjuangan adalah keberadaan Megawati Soekarno Putri, demikian pula Megawati adalah PDI Perjuangan. Tidak berbeda dengan Partai Gerindra, Gerindra adalah Prabowo dan Prabowo adalah Gerindra. Demikian lekat nama kedua tokoh tersebut dengan representasi partai yang diketuainya, sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh kebijakan dan keputusan partai bergantung dari kebijakan dan keputusan kedua pucuk pimpinan tersebut. Sebenarnya, berdasarkan pendapat beberapa kalangan bawah kader partai, terdapat pengakuan bahwa kemampuan Prabowo untuk menyaingi pasangan lain lebih dominan dibanding Megawati, namun kultur komunikasi partai yang tunduk pada pimpinan, membuat aspirasi dan inspirasi tersebut menjadi tidak bermakna.

Seperti penulis telah kemukakan, bahwa apa yang terjadi pada kedua pucuk pimpinan ini adalah representasi mutlak dari partai, maka membicarakan koalisi antara PDI Perjuangan dan Gerindra dengan sendirinya adalah membicarakan komunikasi politik antara Megawati Soekarno Putri dan Prabowo Subianto. Jika mereka memutuskan berkoalisi, maka demikian pula kondisi partai; jika mereka sepakat beroposisi, maka demikian pula operasional partai. Sementara itu, peran kader sampai lapisan terbawah bagaikan gerbong yang hanya melakukan perjalanan sesuai arah yang dilalui lokomotifnya.

Maka, dengan dasar-dasar tersebut menjadi sangat beralasan jika dalam penelitian ini, DPC PDI Perjuangan dan Partai Gerindra Kota Bogor menjadi pilihan objek penelitian, karena studi kasus di lokasi tersebut dapat menjadi representasi pola-pola ideal komunikasi dan negosiasi politik partai secara umum.

KOMUNIKASI POLITIK

Komunikasi politik dapat pula diartikan sebagai suatu proses komunikasi yang memiliki implikasi

atau konsekuensi terhadap aktivitas politik. Artinya komunikasi politik memiliki pesan yang bermuatan politik (Cangara, 2009). Dalam perkembangannya, partai politik di dalam melakukan komunikasi politik mempunyai orientasi terhadap konsumen politik. Selain harus berorientasi pada konsumen politik, partai politik juga berkepentingan memperhatikan apa saja yang telah, sedang dan akan dilakukan pesaing. Tidak semua faktor keberhasilan ditentukan oleh kondisi internal partai. Faktor eksternal juga dapat mempengaruhi keberhasilan dan kegagalan partai politik untuk memenangkan perolehan suara dalam pemilihan umum. Salah satu faktor eksternal yang paling mempengaruhi adalah perilaku pesaing. Perilaku dalam hal ini diartikan sebagai semua ulah partai politik lain yang dapat atau berpotensi mengurangi keberpihakan masyarakat dan perolehan suara suatu partai politik tertentu, di antaranya strategi dan produk politik pesaing. Partai politik atau kontestan semakin dituntut untuk menghasilkan produk politik yang memiliki keunggulan dibandingkan dengan pesaing politik (Firmanzah, 2007).

Dalam penerapan studinya, komunikasi politik, sebenarnya mempelajari mata rantai disiplin komunikasi dan politik atau jembatan metodologis antara disiplin komunikasi dan politik. Beberapa ilmuwan melihat komunikasi politik sebagai suatu pendekatan dalam pembangunan politik. Karena itu, komunikasi politik dianggap memiliki fungsi yang sangat istimewa karena meletakkan basis untuk menganalisis permasalahan yang muncul dan berkembang dalam keseluruhan proses dan perubahan politik suatu bangsa (Mulyana & Solatun, 2007).

Secara formal objek komunikasi politik adalah dampak atau hasil yang bersifat politik di samping sebagai salah satu fungsi yang menjadi syarat untuk berfungsinya sistem politik. Jika komunikasi politik dilihat sebagai jembatan metodologis antara disiplin komunikasi dan politik maka objek formal komunikasi politik juga adalah proses penciptaan kebersamaan dalam makna tentang fakta dan peristiwa politik. Hal ini memperjelas hubungan antara 'kebersamaan dalam makna' dan pola komunikasi. Untuk mencapai kebersamaan dalam makna tersebut diperlukan proses komunikasi, sehingga timbul dinamika, sebagai hasilnya: pola komunikasi seakan beradaptasi dengan tingkat pemahaman komunikator. Pada sisi lain, cara individu mengubah tindakannya agar sesuai dengan tindakan orang lain, terutama dalam komunikasi politik, melibatkan sejumlah atribut simbolik di panggung politik itu sendiri.

KOMUNIKASI ORGANISASI POLITIK.

Organisasi ialah satu kumpulan atau sistem individual yang melalui satu hierarki jenjang dan pembagian kerja, berupaya mencapai tujuan yang ditetapkan. Dengan landasan konsep ini, kita dapat memberi batasan tentang komunikasi organisasi secara sederhana, yakni komunikasi antarmanusia (human communication) yang terjadi dalam konteks organisasi. Atau dengan meminjam definisi dari Goldhaber, komunikasi organisasi diberi batasan sebagai arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungannya saling bergantung satu sama lain (the flow of messages within a network of interdependent relationship) (Senjaya, 2007).

Karakteristik komunikasi organisasi (politik) meliputi materi, pusat kewenangan dan kekuasaan pengambilan keputusan, serta erat dengan spesialisasi tugas. Menurut Aloliliweri komunikasi organisasi adalah bagaimana sebuah organisasi demi kepentingan organisasi dan mempunyai dampak langsung maupun tidak langsung perilaku individu maupun sosial terhadap organisasi. Dalam sistem komunikasi masyarakat ke arah yang paling maju terjadi interaksi yang kompleks antara wadah sebagai tempat yang modern dengan jaringan komunikasi organisasi suatu masyarakat suatu sistem terdiri dari organisasi politik dan kelompok persahabatan (Aloliliweri, 1977).

Komunikasi organisasi pada sebuah organisasi politik lebih dekat pada proses produksi, penciptaan dan komunikasi pesan politik. Di dalam proses tersebut, pesan tidak hanya jargon politik semata, melainkan di dalamnya juga secara implisit maupun eksplisit terdapat janji politik yang tercermin pada penetapan tujuan dan harapan yang diberikan setiap kandidat. Biasanya hal-hal ini tertuang dalam kebijakan dan program kerja partai. Karena itu, terdapat keterkaitan yang tinggi, kalau bukannya malahan konsistensi, antara program kerja yang ditawarkan dengan pesan yang disampaikan kepada publik. Sementara itu, program kerja partai dibentuk dan disusun melalui aktivitas riset yang dilakukan oleh kalangan internal partai. Sebelum menyusun program kerja yang akan ditawarkan kepada publik, partai politik atau kontestan individu perlu melakukan penelitian untuk memahami apa yang sedang terjadi di masyarakat. Permasalahan dan persoalan yang dialami dan dirasakan masyarakat seyogianya menjadi dasar dan acuan inti dalam penyusunan program kerja yang ditawarkan. Sesuai atau tidak sesuainya program kerja suatu partai dengan kebutuhan masyarakat akan sangat ditentukan oleh kualitas riset dan penelitian yang dilakukan partai tersebut (Firmanzah, 2007).

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Metode studi kasus adalah metode yang paling banyak digunakan di dunia akademis bagi peneliti yang tertarik pada penelitian kualitatif (Baškarada, 2014). Metode studi kasus merupakan pendekatan yang semakin populer di kalangan peneliti kualitatif (Thomas, 2011) dan telah meningkat pendekatan studi kasus di seluruh disiplin ilmu (Creswell, 2017). Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber untuk dianalisis lebih lanjut dengan fenomena yang berkembang saat ini.

HASIL DAN DISKUSI

Pola komunikasi politik antara Megawati dan Prabowo dapat dikatakan sebagai dikotomi yang berbeda. Megawati masih mempunyai image pendendam. Sikapnya terhadap SBY merupakan salah satu contoh yang memperkuat karakter tersebut. Dalam debat calon presiden 2009 pun, acara jabat tangan antar calon begitu dapat dirasakan penuh dengan kekakuan dan kesan keterpaksaan. Dalam acara kenegaraan yang dihadiri SBY pun, Megawati tidak mau menghadirinya. Secara terus terang, para kader DPC PDI Perjuangan mengakui bahwa hal ini juga merupakan sikap yang kurang mereka setujui, terutama jika dilihat dalam konteks komunikasi politik. Menurut mereka, sikap biasa dan percaya diri untuk tetap menunjukkan sikap-sikap yang baik terhadap lawan politik merupakan suatu strategi komunikasi politik yang sangat diharapkan. Sementara itu, menurut kader Partai Gerindra, sikap ini dikawatirkan akan mengurangi tingkat elektabilitas pasangan Megawati-Prabowo. Namun menurut mereka pula, waktu masih cukup untuk melakukan perbaikan pencitraan.

"Wanita memang aneh Mas ... Bu Mega sebenarnya sebagai seorang presiden mantan begitu memang agak kurang sreg kami juga kalau seperti bermusuhan dengan pak SBY. Kan banyak yang bilang akhirnya kalau itu seperti tidak dewasa gitulah. Mestinya ya berwibawa sajalah tenang dan kayak ga ada apa-apa walaupun harus nggondok karena Pak SBY dulu itu kan dianggap gak dewasa juga sama Ibu Mega. Tapi kan kalau di depan rakyat apalagi disaksikan dalam televisi, orang ngiranya kan Bu Mega kayak gimana gitu ... pokoknya gak baik kan. Ya ... pasti akan berpengaruh pada elektabilitas Mas, pasti itu, tapi kan sekarang lagi diusahakan gimana caranya supaya ga gitu kesannya. Dengan hadirnya Pak Prab pasti sangat membantu. Kan Pak Prab salaman juga sama SBY. Seperti biasa lah. Nah itu yang betul ..."

Dalam berkomunikasi, menurut beberapa kader DPC, Megawati belum bisa efektif. Ia lebih suka diam atau menebar senyum dari pada berbicara. Selama berpidato, suaranya tampak datar, nyaris tidak ada penekanan yang mengesankan kalau dia adalah sosok politisi berkaliber tinggi. Namun demikian, pola baru yang kemudian dikembangkan yakni menjadikan Megawati dengan kepercayaan diri tinggi menghadapi berbagai kalangan dan menjawab pertanyaan apa pun jenisnya, cukup membuat rasa optimis kader sedikit terdongkrak.

Hal tersebut berbeda dengan pola komunikasi politik Prabowo yang menggebu dan kritis namun logis dan pragmatis. Pola yang ditampilkan Prabowo adalah pola reformis yang seakan-seakan mampu mengubah kondisi keterpurukan rakyat kepada derajat kemakmuran yang elegan. Pola ini di satu sisi cukup signifikan mengubah pola pikir rakyat yang merasa tidak diuntungkan dengan pembangunan yang sudah terlaksana, namun di sisi lain justru dianggap terlalu berlebihan dan mengada-ada oleh rakyat yang merasa jenuh dengan janji-janji calon pemimpin.

"Kan rakyat sekarang itu sudah jenuh dengan janji-janji makanya jadi agak khawatir juga kalau ada semacam titik balik rakyat menganggap kalau kesannya terlalu membela rakyat jadi dianggap mengada-ada. Di sinilah memang perlu hati-hati. Kalau membuat pola komunikasi makanya ya tidak harus grusa-grusu, kita cermati dulu. Tapi kan DPC banyak, tiba-tiba di DPC Kabupaten misalnya sudah membuat pencitraan yang bagaimana gitu ... ya kalau memperbaiki tanggapan masyarakat, kalau tidak, tapi dengan adanya Pak Prabowo sekarang terlepas pro kontranya ya sangat membuat kader termotivasi..."

Pola komunikasi Megawati sedikit tertutupi oleh pola komunikasi percaya diri yang memang tidak secara langsung disampaikan oleh Megawati sendiri, tetapi melalui Puan, yang selalu mengatakan: "Komunikasi juga dilakukan dengan partai lain. Tidak ada kata final, karena parpol tidak hanya PDI Perjuangan dan Gerindra saja." Gaya komunikasi yang demikian, sangat strategis untuk menghilangkan kesan bahwa PDI Perjuangan merasa panik dan mengurangi posisi tawar demi memenuhi syarat mengusung Megawati sebagai capres. Pesan "bagi PDI Perjuangan tidak ada kata final sebelum penutupan pendaftaran calon presiden dan calon wakil presiden" sedikit banyak dapat membangkitkan optimisme dan ketenangan para kader.

Kutipan wawancara di bawah ini menegaskan bahwa pola komunikasi pimpinan, dalam konteks apa-

pun sangat dibutuhkan agar pola komunikasi yang terjadi di kalangan bawahan (kader bawah) bisa lebih stabil. Jika sudah dipahami bahwa pola komunikasi kader sangat mudah terpengaruh oleh gaya-gaya komunikasi pimpinan (terutama di tingkat pusat), maka citra ketenangan dan kestabilan di tingkat pusat perlu ditampilkan dalam bentuk gaya-gaya atau pola-pola komunikasi yang berwibawa dan tidak terkesan timbul gejolak, maka pesan (politik) sangat penting perannya dalam konteks ini.

Pola komunikasi orang atas meskipun tidak secara langsung pasti adalah pengaruhnya terutama kalau kata-kata itu seperti menjadi sebuah jawaban pilihan kalau berkomunikasi dengan rakyat. Kan kader juga perlu bahasa-bahasa yang gimana gitu supaya terkesan cerdas, tidak ga ngrespon sama sekali. Contohnya kalau ditanya kenapa PDIP kok belum beres koalisinya. Lho PDIP ga punya kata akhir sebelum penutupan pendaftaran calon. La ... bahasa-bahasa gitu kan perlu niru-niru yang di atas

"Itulah Mas yang dimaksud dengan pola komunikasi, gimana pesan dipolakan supaya suatu yang merugikan bisa diganti jadi menguntungkan. Bagi rekan-rekan PDIP, mau gimana ajalah pimpinan ya menuntut kader untuk kreatif, istilahnya seperti tadi membuat pola baru. Itulah Mas pentingnya orang-orang atau politikus pintar, kesannya selalu tenang meski benarnya banyak konflik bahkan udah kepojok sekalipun bisa menepis orang-orang yang mencoba memojokkan..."

Pola komunikasi politik terbuka, terlepas benar atau tidak, seperti yang diungkapkan Puan Maharani, bahwa PDI Perjuangan tetap membuka komunikasi politik dengan tidak terpaku pada posisi satu partai politik, secara politis cukup mempengaruhi Partai Gerindra untuk mempercepat pengambilan keputusan.

Sementara itu, ungkapan-ungkapan elit PDI Perjuangan yang antara lain mengungkapkan "cawapres harus memenuhi syarat tokoh atau figur nasional, punya kesamaan visi dan misi, dan kesamaan platform. Prabowo sudah memenuhi, tinggal mematangkan, 'ya atau tidak.'" sedikit banyak mempengaruhi pola komunikasi politik antarkader maupun kader dengan masyarakat pemilih, bahwa citra yang bisa ditampilkan oleh PDI Perjuangan adalah ketenangan dan ketegasannya di dalam melihat dinamika politik yang terjadi.

Ungkapan politisi Maruarar, yang didengar secara langsung oleh beberapa kader DPC bahwa politik itu last minute yang menentukan, membuat peran kader di tingkat DPC kurang bisa mengambil inisiatif

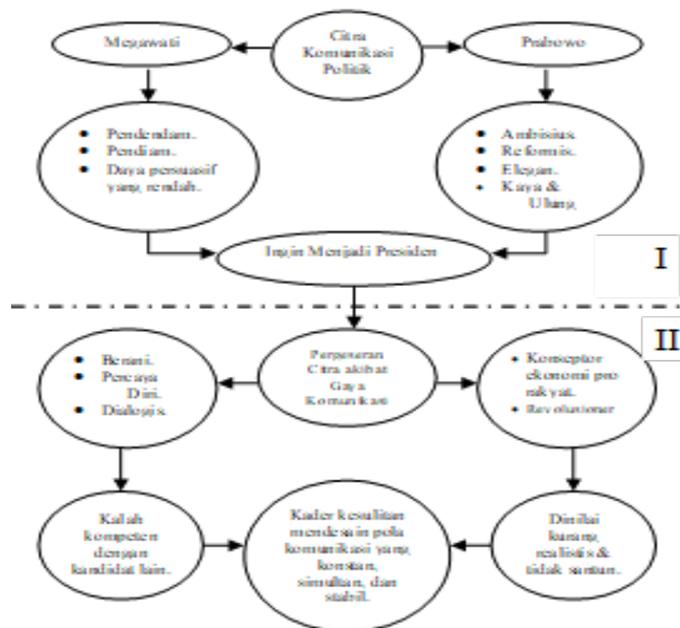
dengan cepat, misalnya membuat logo-logo, semboyan-semboyan, motto-motto, dan sebagainya, karena masih terus menunggu dinamika yang terjadi. Pada proses komunikasi politik yang terus berkembang antara Megawati dan Prabowo tersebut, apa yang dikomunikasikan kader dengan masyarakat pemilih tidak lebih hanya bersifat diskusi. Isu-isu politik belum bisa dibangun terutama yang menyangkut pencitraan koalisi Mega-Pro.

Memang diakui atau tidak, kader agak kesulitan mendesain pola komunikasi yang konstan, simultan, dan stabil, karena dinamika pemilih tidak sestabil kandidat lain. Posisi Megawati dan Prabowo yang terus mengorek keburukan pemerintahan membuat publik dihadapkan pada beberapa kekhawatiran akan komitmen.

Kalau dulu, pola komunikasi seperti yang Mas katakan, isinya selalu tetap, demi rakyat, dan buktinya

selalu ditangkap positif. Kalau sekarang ini, demi rakyat, kadang-kadang ditangkap sinis Mas ... jadi ya kalau harus melakukan komunikasi politik jadi serba meraba-raba dan berpikir 2 kali, jangan sampai salah ngomong.

Bagan di bawah ini menunjukkan bagaimana batasan era itu dapat dibagi dalam dua daerah yang hirarkis, seperti sebuah kondisi kemudahan dan keoptimisan yang kemudian berubah menjadi sebuah tantangan. Dinamika ini dapat dilihat lebih dikarenakan sebagai kelemahan sistem partai massa yang lebih mengandalkan figur sentral dan kurang adanya faktor inspiratif dan aspiratif. Apa yang dikehendaki secara individu oleh pimpinan seakan-akan tidak lagi dapat dianulir atau direduksi, kader hanya menindaklanjuti.



Pada Bagian I pola komunikasi kader lebih bersifat statis. Pada Bagian II pola komunikasi kader sangat dinamis.

Gambar 1. Perbandingan pola komunikasi politik kader di masa lalu dan sekarang

Hal yang sangat prinsip adalah dalam komunikasinya, kader selalu berusaha sebaik-baiknya demi suksesnya pimpinan dalam memenangkan Pilpres, namun apapun baiknya pola itu diciptakan semuanya kembali pada unsur pimpinan. Seakan-akan tidak ada hubungan antara kehendak pimpinan dengan kehendak kader, karena kehendak kader tidak selalu harus ditindaklanjuti oleh pimpinan, tapi sebaliknya, kehendak pimpinan dengan sendirinya selalu ditindaklanjuti oleh kader.

Dengan demikian, dapatlah disimpulkan sementara bahwa dinamika pola komunikasi politik kader terlaksana dengan nurani yang cocok atau tidak, tetapi pimpinan berkomunikasi politik sesuai dengan hati

nuraninya, walaupun nurani tersebut tidak seperti yang dikehendaki kader. Inilah ciri khas kondisi hirarkis dinamika pola komunikasi yang terjadi pada PDI Perjuangan dan Gerindra.

Menurut penuturan beberapa orang kader DPC ketika dulu di masa pemerintahan Megawati, kesempatan kerja dan kondisi ekonomi dirasakan oleh masyarakat masih tetap, tidak ada perubahan yang berarti maka para kader DPC melakukan komunikasi dengan masyarakat dengan pesan yang diikuti oleh pesan: "Kami tidak bisa berkata apa-apa." Hal itu dikarenakan realitas yang dirasakan oleh para kader DPC memang demikian adanya, mereka seakan kehabisan pesan politis untuk menunjukkan

misi dan visi atau platform PDI Perjuangan yang menjanjikan pendidikan gratis, ekonomi yang berpihak pada rakyat, lowongan kerja yang mudah, dan sebagainya. Oleh karena hal-hal tersebut belum bisa terwujud, maka pola komunikasi politik para kader DPC adalah sebuah janji kepada konstituen atau masyarakat pemilih lainnya untuk menyampaikan semua aspirasi rakyat pada jajaran pimpinan partai. Pada saat itu pula pola komunikasi politik Megawati yang banyak diam masih cukup efektif untuk tidak mengundang kecaman rakyat yang semakin jauh. Namun demikian, pola komunikasi diam tersebut akhirnya sangat mengurangi kepercayaan publik sehingga Megawati mengalami kekalahan dalam Pilpres 2004.

"Nih masalah ngomong ya Mas ... kalau dulu diam itu emas katanya kalau sekarang diam itu dikira gak ngerti bahkan bisa dikira bodoh, maka kami sebagai kader harus juga pinter ngomong Mas, tentunya ya ngomong politik atau komunikasi politik seperti istilah Mas tadi. Nah kalau ditanya kenapa dulu jaman Megawati juga ga da perubahan tuh ... ini jadi pemikiran Mas kalau mau komunikasi lagi dengan rakyat, kita cari alasan atau polanya bisa diganti untuk menghindari hal itu dibahas lagi. Kan masalah pendidikan gratis, KPK, ekonomi kerakyatan ... itukan idenya Bu Mega, jadi gimana hal-hal itu bisa disampaikan dan ditrima tentunya. Ya perlu pola komunikasi yang cocok kali, seperti istilah Mas ..."

Era kini ketika kondisi ekonomi yang sangat sulit dan pemerintah seakan kewalahan dalam menanganinya, sementara pada sisi lain adanya harapan dari rakyat kembali untuk sedikit menyandarkan pada sosok Megawati di dalam melakukan kritik bahkan mungkin sebuah langkah perbaikan maka posisi Megawati sebenarnya masih berpotensi untuk meraih simpati rakyat. Di sisi lain, komunikasi politik Megawati juga sudah dirasakan telah mengalami kemajuan yang jauh lebih baik di masa sebelumnya. Megawati tampil berani dan penuh percaya diri di dalam merespon semua pertanyaan yang sebenarnya banyak kapasitas yang sulit untuk dijawab. Anggapan sebagian masyarakat tentang Ibu Megawati yang tidak bisa berbicara, kini sudah bisa ditepis. Namun demikian hal itu tidak cukup. Kualitas jawaban Megawati masih dianggap belum sekaliber jawaban kandidat lain.

Pola komunikasi politik kader di tingkat DPC, bagaimanapun juga tetap dalam konteks yang menempatkan Megawati sebagai pemimpin yang bicara apa adanya tanpa persiapan olah kata seperti kandidat yang lain, dengan harapan sisi kelemahan tersebut menjadi sisi kelebihan figur Megawati.

Pola ini sedikit banyak menjadi alternatif di dalam menyampaikan pesan-pesan politik pada khalayak. Meski tidak sepenuhnya berhasil, paling tidak upaya ini dapat pula meraih simpati rakyat meskipun dalam tingkat yang masih belum efektif.

Sejalan dengan perkembangan gaya komunikasi politik Megawati yang semakin tajam dalam mengkritik pemerintahan yang ada, maka pola komunikasi politik kader di tingkat DPC pun akhirnya berubah pula. Ada celah yang bisa dipakai untuk menghindari dari kritikan khalayak terhadap gaya komunikasi politik Megawati, yakni menggiring khalayak untuk mulai tidak simpatik pada kandidat lain karena tidak berpihak pada rakyat. Pola komunikasi inilah yang oleh sebagian kader kemudian diperkuat, maka setiap kali melakukan komunikasi politik dengan masyarakat pemilih, maka kritik tajam terhadap pemerintahan SBY selalu dijadikan pesan-pesan politik.

Dari realitas tersebut dapat dikatakan bahwa peran kader sebenarnya sangat penting terutama pada tingkat lapisan bawah yang membutuhkan bahasa sosialisasi yang lebih jelas terhadap apa yang mereka saksikan dari berbagai dinamika komunikasi politik yang tersiar luas di berbagai media. Yang patut dicatat dengan jelas adalah dukungan yang tidak pernah berubah dalam berbagai kondisi. Bagaimanapun posisi pimpinan, bagi kader tidak ada kata menarik diri dari dukungan. Mereka selalu ada dalam kondisi loyalitas maksimal dengan berbagai pola komunikasi politik demi Megawati dan PDI Perjuangan.

Dilihat dari konteks komunikasi politik, eksistensi Prabowo cukup berhasil memanfaatkan kerinduan rakyat terhadap munculnya tokoh baru yang merepresentasikan harapan baru. Harapan baru ini menjadi penting karena tokoh-tokoh lama yang sekarang masih muncul, ketika berkuasa ternyata dirasakan kurang berhasil mewujudkan agenda reformasi. Ini terlihat dari perjalanan demokrasi yang masih tertatih-tatih dan ekonomi yang belum juga membaik.

Yang menarik dari wacana "gerakan baru" yang diusung Prabowo adalah 'pesan egaliter'nya, yaitu mendudukkan siapa saja individu di nusantara ini pada posisi yang sama dan sederajat, jika para pemegang modal berhak mendapat dana talangan kelangsungan bisnis mereka, maka rakyat seharusnya mendapat lebih dari itu. Pesan politik Prabowo mempunyai nuansa yang sangat meninggikan derajat rakyat sebagai pemegang otoritas kekuasaan tertinggi di Indonesia ini. Bahkan, iklan terakhir

Prabowo yang menggambarkan betapa kesempatan yang dijanjikan Prabowo untuk mengangkat derajat rakyat kecil khususnya petani, banyak disambut sebagai iklan paling realistis dibanding iklan politik lainnya (menurut penuturan beberapa kader Partai Gerindra).

“Kami sebagai politisi istilahnya ya Pak merasa bahwa seperti sayang sekali seperti kehilangan sesuatu dari Pak Prabowo ini. Sebelum Pak Prabowo banyak berkomunikasi politik secara langsung di depan publik, citranya sangat bagus, meskipun banyak orang masih timbul banyak tanda tanya. Di tengah krisis pemimpin gitu ya Pak, kehadiran Pak Prabowo ini sangat bagus menjadi semacam ada pencerahan, namun dengan perlawanannya terhadap pemerintah ternyata banyak saya dengar agak kurang bisa diterima, yah tentunya ada juga yang mendukung. Contohnya SBY saja ketika banyak melawan banyak orang tidak setuju, nah kan sulit mengubah semuanya misalnya harus santun, padahal gaya Pak Prabowo ya memang harus begitu, mungkin sudah dari sananya. Nah gimana caranya supaya itu dilihat sebagai semangat demi perbaikan bangsa ini. Ini perlu cara komunikasi yang benar Pak.”

Tidak hanya itu, Prabowo yang telah jauh-jauh hari mengumandangkan ‘pasar tradisional’ yang di era Suharto menjadi lahan ekonomi utopis petani Indonesia, seakan menyadarkan kembali makna ekonomi kerakyatan yang selama ini menjadi isu sentral dalam pesan politis semua kandidat yang ada. Hal-hal inilah yang kemudian menciptakan berbagai penafsiran publik terhadap motif Prabowo dibalik pesan egaliternya, yakni motif keterpanggilan jiwa Prabowo untuk melakukan perbaikan, terutama dari sisi ekonomi rakyat kecil.

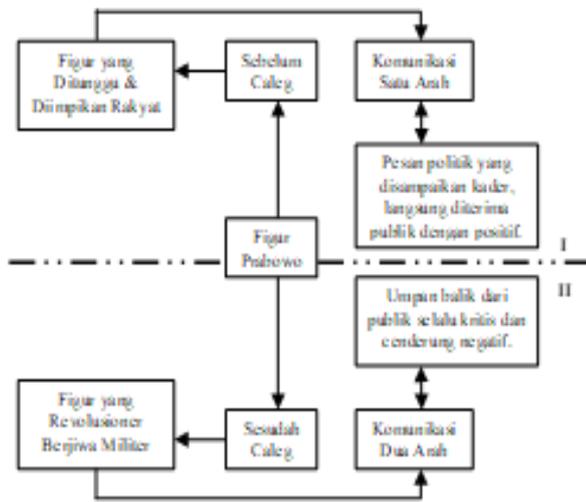
Sebenarnya, penerimaan masyarakat pemilih terhadap citra Prabowo yang demikian, sangat memudahkan pola komunikasi politik yang dilaksanakan oleh para kader tingkat DPC atau jajaran yang lebih kecil di bawahnya. Penerimaan rakyat kecil dirasakan oleh para kader sangat positif sehingga pesan-pesan politik sepertinya selalu direspon dengan baik. Hal ini terjadi sebelum Prabowo belum terlalu jauh mulai secara ekstrim melakukan kritik terbuka bahkan kecaman keras terhadap perjalanan roda perekonomian yang tengah berjalan di Indonesia. Menurut kader DPC Partai Gerindra, ketika Prabowo demikian frontal melakukan pola komunikasi politik satu arah yang mengecam habis kebijakan ekonomi SBY, simpatik masyarakat pemilih justru berkurang. Pesan-pesan politik yang sebenarnya didasari oleh dalil-dalil konkret cara pencapaian perbaikan, namun dengan penampilan yang sangat

frontal di berbagai media, ternyata mengingatkan kembali figur Prabowo dengan latar belakang komunitasnya, yakni militer. Hal ini menurut para kader menjadi kondisi yang tidak menguntungkan, terutama dilihat dari sisi penerimaan publik.

Peran politik yang dilaksanakan oleh para kader adalah dengan pola komunikasi yang tetap santun kepada masyarakat pemilih. Hal ini didasarkan atas pertimbangan untuk mengurangi kesan arogansi yang dilontarkan oleh beberapa orang yang dideklarasi langsung oleh para kader Partai Gerindra. Apa yang menjadi konsep pemikiran Prabowo, oleh para kader dirasakan sangat baik, namun ada yang kurang baik dalam penyampaian pesan-pesan politik.

Pola yang kemudian diterapkan oleh para kader adalah pola komunikasi politik yang tidak mengedepankan figur Prabowo, tetapi hampir sama dengan pola komunikasi yang dilaksanakan oleh para kader PDI Perjuangan yakni dengan menonjolkan kelemahan-kelemahan pemerintahan atau bahkan kesalahan pemerintahan yang tidak berpihak pada rakyat kecil dan banyak didikte oleh negara-negara barat. Dengan pola ini, para kader kemudian menjadi sedikit bebas di dalam menyampaikan pesan-pesan politik tanpa umpan balik yang bernada menyudutkan eksistensi Prabowo.

Akan tetapi yang kemudian menjadi kekhawatiran adalah kembali kepada budaya rakyat Indonesia yang memandang hal itu sebagai sesuatu yang menjurus pada arogansi, yaitu simbol ekstrimitas atau ketidaksantunan politik. Di sinilah sebenarnya kader selalu dihadapkan pada posisi dilematis dalam melakukan komunikasi politik dengan masyarakat pemilih. Jika suatu pola tertentu sudah diterapkan dengan baik, namun akibat pola komunikasi politik pimpinan partai berubah maka pola pun harus diganti pula. Jadi intinya, kelemahan pemimpin partai yang menyolok adalah seperti segala sesuatu itu diputuskan berdasarkan pandangannya, kurang bisa berpikir secara integral.



Pada bagian I pola komunikasi kader terfokus pada pencitraan Prabowo.
 Pada bagian II pola komunikasi kader lebih dominan bersifat provokatif.

Gambar 20. Perkembangan komunikasi politik kader dari satu arah menjadi dua arah.

Demikianlah pola komunikasi politik kader dalam menindaklanjuti koalisi pimpinan partai banyak diwarnai dilematis. Mereka hanya punya satu pilihan, yakni mendukung sepenuhnya, namun keberhasilannya bukan berarti apresiasi bagi mereka, tetapi ke-

REFERENSI

- Aloliliwari. (1977). *Sosiologi Organisasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Başkarada, S. (2014). *Qualitative Case Study Guidelines*. The Qualitative Report.
- Cangara, H. (2009). *Komunikasi Politik ;Konsep, teori dan strategi*. In Rajawali Pers. Jakarta: Rajawali Pers.
- Creswell, J. W. (2017). *Second Edition Qualitative Inquiry & Choosing Among Five Approaches Research Design*. In SAGE Publications.
- Firmanzah. (2007). *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Mulyana, D., & Solatun. (2007). *Metode Penelitian Komunikasi: Contoh-contoh Penelitian Kualitatif dengan Pendekatan Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Senjaya, S. D. (2007). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Syahrizal, A. (2006). *Peradilan Konstitusi*. Jakarta: Pradnya Paramita.

gagalan pemimpin akan berimbas pula pada posisi sosial mereka di tengah masyarakat pemilih.

KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan masalah di atas, dapat disimpulkan bahwa permasalahan pola-pola komunikasi dan koalisi politik yang ternyata sangat dinamis hendaknya dikembangkan dengan penggalian data yang lebih kompleks tidak hanya mengandalkan sudut pandang emik, tetapi juga sudut pandang etik. Dengan demikian, eksplorasi teori dan triangulasi teori bisa lebih variatif, dengan pendekatan-pendekatan yang lebih kaya.

Permasalahan komunikasi organisasi juga belum tereksplorasi secara lebih rinci dalam penelitian ini sehingga masih banyak hal yang bisa dikembangkan pada objek penelitian yang sama namun dengan paradigma teori-teori komunikasi organisasi dan kepemimpinan secara lebih mendalam. Akan lebih menarik dan akurat tentunya jika pengumpulan datanya juga disertakan opini-opini dari orang-orang terdekat Megawati maupun Prabowo atau justru jika mungkin menggali melengkapi data dari kedua figur tersebut

Thomas, G. (2011). A typology for the case study in social science following a review of definition, discourse, and structure. *Qualitative Inquiry*. <https://doi.org/10.1177/1077800411409884>

