

STRATEGI PENCITRAAN POLITIK DALAM PEMENANGAN PASANGAN SUTARMIDJI DAN EDI RUSDI KAMTONO, SEBAGAI CALON WALI KOTA DAN WAKIL WALI KOTA PONTIANAK TAHUN 2013

Oleh:
INDAH WATI
NIM: E02110062

Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas
Tanjungpura Pontianak, 2015. Email: indahwati_eeen19@yahoo.co.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi pencitraan yang dilakukan oleh tim sukses terhadap kandidat pasangan Sutarmidji dan Edi Rusdi Kamtono serta dapat mengidentifikasi tahap-tahap dalam proses strategi pencitraan yang dilakukan dalam pemilukada di Kota Pontianak. Adapun tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui pesan atau berita yang di komunikasikan kepada khalayak yang dapat di sampaikan secara langsung maupun tidak langsung, Ingin mengetahui cara pandang khalayak kepada calon pasangan Sutarmidji dan Edi Rusdi Kamtono terhadap segala aktifitas usaha yang di lakukan, Ingin Mengetahui hubungan calon pasangan Sutarmidji dan Edi Rusdi Kamtono dengan khalayak. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dan jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.

Pencitraan juga diharapkan untuk tidak berlebihan dalam menggunakan pencitraan iklan politik di media massa, lebih mengedepankan program-program nyata yang langsung berdampak positif kepada masyarakat, karena pencitraan tidak selamanya sesuai dengan realitas sesungguhnya. Ketika seorang kandidat atau partai politik hanya mengandalkan pencitraan untuk mengambil simpatik. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa dalam melakukan strategi pencitraan kandidat Sutarmidji dan Edi Rusdi Kamtono tersebut maka tidak hanya strategi pencitraan saja yang dilakukan namun peran strategis kandidat mempunyai peran besar dalam memenangkan pemilukada di Kota Pontianak. Kemudian tahapan-tahapan dalam proses pencitraan dapat dilihat pada aspek-aspek yaitu keberadaan pemimpin politik, merawat ketokohan dan memantapkan kelembagaan, menciptakan kebersamaan.

Kata-kata Kunci: Program, Kandidat, Strategi Pencitraan.

ABSTRACT

The purpose of this study was to describe the imaging strategy undertaken by the success of the candidate's team mate Sutarmidji and Edi Rusdi Kamtono and can identify the stages in the process of imaging strategies undertaken in the election in Pontianak. The purpose of this study is: To know or news message communicated to the audience that can be delivered directly or indirectly, Want to know how audiences view to prospective partner Sutarmidji and Edi Rusdi Kamtono to any business activity that is done, Want to Know the relationship prospective partner Sutarmidji and Edi Rusdi Kamtono with audiences. This research uses the case study method and type of study is a qualitative descriptive.

Imaging is also expected to not overdo the use of imaging political advertisements in the mass media, to put forward concrete programs that direct positive impact to the community, because the imaging does not always correspond to actual reality. When a candidate or political party just rely on imaging to take a sympathetic The conclusion from this study is that in doing imaging strategy candidates Sutarmidji and Edi Rusdi Kamtono hence not only imaging strategy is being done but the strategic role the candidate has a major role in winning the election in Pontianak. Later stages of the imaging process can be seen on the aspects that the presence of political leaders, caring persona and institutional strengthening, create togetherness.

Keywords: Program, Candidate, Imaging Strategy.

1. LATAR BELAKANG MASALAH

Pencitraan selalu menggunakan media dalam melipat gandakan keterjangkauan dari apa yang dicitrakan. Paling lazim, sebuah pencitraan selalu diwujudkan dalam bentuk iklan, berita dan kegiatan yang selalu dimunculkan di media massa. Persoalannya, politik pencitraan terkadang melanggar nilai-nilai, norma etika dan moral yang ujung-ujungnya adalah terperdayanya khalayak sebagai korban politik pencitraan. Sejatinya, politik pencitraan mengenalkan sosok yang dicitrakan kemasyarakat sebagaimana adanya dengan kelebihan atau prestasi yang nyata pada diri yang dicitrakan dan tidak mengada-adakan kelebihan secara tidak benar. Pencitraan tidak boleh mengarah pada pembohongan publik. Namun pada kenyataannya, tidak sedikit pencitraan seorang politisi, tidak menggambarkan keadaan yang sebenarnya. Selalu terjadi penggambaran yang berlebih dan mempengaruhi khalayak.

Untuk menang dalam politik memang dibutuhkan kecerdasan. Masalahnya, kalau kecerdasan politik tersebut, tidak disertai moral etik

politik. Sebab itu namanya politik dengan menghalalkan segala cara. Salah satu tampilan politik pencitraan tanpa moral etik politik, adalah ketika kita masih menyaksikan baliho para caleg yang seharusnya tidak lagi menghiasi ruang publik kota, karena melanggar peraturan Kantor Pemilihan Umum (KPU). Bahkan, menurut pengakuan komisioner KPU bahwa ada baliho yang ketika malam hari diturunkan atau ditertibkan, esok harinya, kembali lagi terpasang. Fenomena tersebut, menunjukkan bahwa betapa politik pencitraan telah membuat oknum politisi berani dan tanpa malu melanggar aturan, demi mengejar popularitas untuk keterpilihan. Pada akhirnya, akibat politik pencitraan menyebabkan banyak politisi terpilih, namun tanpa keterwakilan. Padahal, dalam ideologi politik kebangsaan kita, secara nyata disebut dalam sila ke empat Pancasila, bahwa persoalan rakyat haruslah dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan perwakilan. Bukan permusyawaratan atas dasar keterpilihan, tetapi atas dasar keterwakilan.(harjanto 2011)

Pada dasarnya kinerja dari partai politik dapat benar-benar diketahui setelah partai politik tersebut terpilih, tetapi tidak menutup kemungkinan kinerja dari suatu partai politik dapat diketahui sebelum mereka terpilih. Kejelian masyarakat menentukan pilihannya akan menghasilkan elit politik yang berintegritas tinggi. Caranya dengan melihat rekam jejak calon wali kota yang mencalonkan diri pada Pemilu 2013. Kemudahan dalam mengakses informasi melalui media massa dan media sosial menjadikan elit parpol berlomba-lomba mengkampanyekan dirinya.

Disini pemilih harus cerdas melihat calon yang berkarakter atau yang hanya pencitraan saja. Sudah jadi rahasia umum kompetisi dalam pemilu biasa digunakan untuk mempertahankan posisi mereka di elit politik. Cara agar tak terkecoh dengan tipuan pencitraan adalah dengan menelusuri rekam jejak mereka. Misalnya, adakah skandal dalam karir politiknya, pernahkan terkait dengan kasus korupsi, atau terlibat pelanggaran HAM. Mudah bagi pemilih yang peduli dan sadar

informasi untuk menyaringnya. Tetapi bagi pemilih yang tidak punya akses informasi seperti di pedesaan atau bukan terpelajar mungkin agak merepotkan.

Pemilihan Kepala Daerah secara langsung merupakan pengalaman pertama dalam proses perekrutan seorang Kepala Pemerintah Daerah di Indonesia. Demam pilkada kini telah menyebar hampir merata di berbagai daerah. Pertarungan membangun citra pun semakin marak, berbagai publisitas dimainkan oleh media. Di era industri komunikasi yang ditandai dengan maju pesatnya industri media massa, Seorang politisi yang akan mencalonkan diri pun melakukan hubungan baik dengan media.

Sutarmidji adalah wali kota pertama yang di pilih secara langsung oleh masyarakat kota pontianak, di bawah kepemimpinan nya sutarmidji di anggap mampu membuat kemajuan kota dukungan masyarakat pun semakin besar terhadap sutarmidji untuk melanjutkan di periode ke dua karna masyarakat melihat sutarmidji selama lima tahun ini bekerja. Sutarmidji menggandeng

Edi Rusdi Kamtono sebagai wakilnya untuk kembali maju di pemilihan wali kota dan wakil wali kota pontianak periode 2013 – 2018 yang di laksanakan pada 19 september 2013. Kemenangan pasangan ini pada periode ke-2 menjadi alasan bagi peneliti untuk melakukan kajian strategi yang dijalankan oleh Tim Pemenangan Sutarmidji dan Edi Rusdi Kamtono.

Terdapat enam pasangan calon Wali Kota-Wakil Wali Kota Pontianak periode 2013-2018. Enam Pasangan Calon Walikota dan Wakil Walikota Pontianak mengucapkan janji ikrar bersama saat Deklarasi Kesepakatan Pemilukada Damai di Aula Mapolresta yang beralamat di Jl. Sumatera Pontianak.

Keenam Pasangan Calon tersebut, yakni : Nomor urut 1(H. Gusti Hersan Aslirosa Saleh-H. Syarif Ismail S.Sos), Nomor urut 2 (Iwan Gunawan, ST-Andreas Acui Simanjaya SP), Nomor urut 3 (H Sutarmidji, SH, M.Hum-Ir. H Edi Rusdi Kamtono MT MM), Nomor urut 4 (Paryadi S.Hut MM-Sebastian SE, MM), Nomor urut 5 (H. Firman Muntaco SH MH-Drs. Erick Suseno Martio, SH, MM) dan

Nomor urut 6 (Zulkarnaen Siregar, SH-Paryono).

Deklarasi yang dipimpin oleh Kapolresta, Kombes Pol Drs. Haryanta, M.Si, dihadiri Tim sukses dan Partai pengusung Calon, Evan Bachtiar Sirait SE S.Sos Dandim 1207/PTK, Drs. Hartono Azas L MBA, Ketua DPRD Kota Pontianak, H M Akip SH MM, Sekda Pemkot Pontianak, Joni Rudwin S.Sos, Ketua KPU Kota Pontianak dan Budahri, SE, Panwaslu Kota Pontianak.

Maksud dan tujuan dilaksanakan kesepakatan bersama, untuk mewujudkan Pemilukada yang aman, tertib dan damai, Hariyanta berkata, mengawali sambutannya. Menurut dia, Kesepakatan Damai merupakan pesan moral yang telah dituangkan dalam bentuk tulisan. Bagi pasangan calon yang berargumen dalam penandatanganan, tidak ada hubungannya dengan hukum pidana atau hukum perdata. Namun, berhubungan dengan pesan moral yang nantinya akan menjadi penilaian masyarakat, kata Hariyanta. Ia kembali menegaskan, agar semua komponen masyarakat dapat secara bersama-sama mewujudkan Pemilukada Walikota Pontianak tahun 2013 dengan aman,

tertib dan damai seperti yang sudah tertuang dalam kesepakatan yang ditandatangani oleh para calon kandidat.

Adapun Isi kesepakatan Deklarasi Damai dimaksud, diantaranya :

- 1) Bersedia melaksanakan Pemilu Walikota dan Wakil Walikota Pontianak Tahun 2013 secara jujur, adil, santun dan bermartabat.
- 2) Bersedia bekerjasama dengan penyelenggara Pemilu Walikota dan Wakil Walikota Pontianak Tahun 2013 untuk tidak mengangkat isu-isu yang berbau SARA.
- 3) Bersedia bekerjasama dengan POLRI dan TNI untuk menjaga situasi KAMTIBMAS yang kondusif, aman tertib dan damai serta bertanggungjawab mengendalikan massa pendukungnya.
- 4) Mendukung sepenuhnya tindakan tugas penegakan hukum yang sesuai dengan prosedur dan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- 5) Bersedia menerima hasil pleno penyelenggara Pemilu Walikota dan Wakil Walikota Pontianak

Tahun 2013 sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan yang terakhir.

- 6) Bersedia mendukung Walikota dan Wakil Walikota terpilih periode 2013-2018, yang terpilih melalui proses pemilihan yang demokratis, transparan dan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Pemilihan umum Wali Kota Pontianak yang disebut juga Pilwako Pontianak 2013 yang dilaksanakan pada 19 September 2013 bertujuan untuk memilih walikota Pontianak untuk periode 2013-2018. Berikut tabel mengenai calon-calon Walikota dan Wakil Walikota beserta partai-partai pengusungnya:

Kandidat

Pada 3 Agustus 2013, KPU Kota Pontianak menetapkan enam pasang kandidat peserta Pemilukada Kota Pontianak 2013:

Masing-masing dari ke-enam calon menyiapkan strategi dan visi-misi mereka, Penyampaian Visi, Misi dan Program Calon Walikota dan Wakil Walikota Pontianak Periode 2013-

2018, berlangsung di Aula Kantor DPRD Kota, beralamat di Jl. Sutan Abdurahman Pontianak.

Dalam pemaparannya, masing-masing Kandidat menyodorkan sejumlah program unggulan yang dituangkan dalam rumusan Visi dan Misi yang telah dirancang dan disusun sebaik mungkin untuk kemajuan dan pembangunan Kota Pontianak serta memikat hati masyarakat, beberapa diantaranya sebagai berikut :

Calon No. Urut 1 (Gusti Hersan Aslirosa-H. Sy. Ismail Alkadri)

1. Mewujudkan masyarakat yang sehat dan meningkatkan pelayanan umum yang handal.
2. Menciptakan Pontianak yang damai dan rukun dan melanjutkan pembangunan yang berkelanjutan.
3. Meningkatkan kualitas disetiap jenjang pendidikan.
4. Meningkatkan pelayanan kesehatan guna mengurangi pasien yang datang ke Puskesmas atau Rumah Sakit.
5. Peningkatan perdagangan nasional maupun internasional dan peningkatan PAD Kota Pontianak.
6. Meningkatkan kerukunan dan rasa aman kepada masyarakat

Calon No. Urut 2 (Iwan Gunawan – Andreas Acui Simanjaya)

1. Mewujudkan Kota Pontianak yang berbudaya, produktif dan berdaya saing serta memberikan jaminan kesehatan.
2. Pembangunan sarana dan infrastruktur Kota Pontianak yang saat ini masih kurang.
3. Meningkatkan kesejahteraan pejabat RW dan RT.
4. Meningkatkan pelayanan publik dengan memangkas birokrasi yang panjang.
5. Peningkatan mutu pelayanan air bersih.

Calon No. Urut 3 (Sutarmidji – Edi R Kamtono)

1. Meningkatkan kualitas pendidikan.
2. Meningkatkan sarana dan prasarana tata kota untuk mendukung perkembangan perkotaan.
3. Upaya pembangunan Jembatan Kapuas III untuk kurangi kemacetan di Kota Pontianak.
4. Peningkatan IPM masyarakat Kota Pontianak,
5. Mengurangi jumlah penduduk miskin di Kota Pontianak,

6. Peningkatan pelayanan publik dan penyederhanaan birokrasi

Calon No. Urut 4 (Paryadi – Sebastian)

1. Pontianak sebagai Kota Perdagangan, Jasa dan Pariwisata yang layak huni untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat yang berdaya saing,

2. Melaksanakan pemerintahan yang bersih,

3. Meningkatkan sentral kerajinan masyarakat untuk meningkatkan pendapatan masyarakat,

4. Peningkatan pelayanan publik.

Calon No. Urut 5 (Firman Muntaco- Erick S Martio)

1. Pontianak lancar, sehat dan sejahtera.

2. Peningkatan pengadaan ruang terbuka sehat.

3. Peningkatan kualitas jalan dan pelebaran jalan untuk mengurangi kemacetan.

Calon No. Urut 6 (Zulkarnaen Siregar – Paryono)

1. Mewujudkan Kota Pontianak yang aman.

2. Membangun kota yang berwibawa yang berorientasi pada transparansi anggaran.

3. Meningkatkan pelayanan kesehatan dengan memberikan pelayanan kesehatan gratis kepada masyarakat yang tidak mampu,

4. Pendidikan gratis dari SD sampai dengan tingkat Perguruan Tinggi,

5. Pembangunan jalan dan pembangunan Rumah Sakit Tipe A di Pontianak Utara.

Untuk itu agar pembahasan tidak terlalu luas peneliti mengidentifikasi masalah tersebut sebagai berikut:

Program-program yang di tawarkan oleh pasangan Sutarmidji dan Edi Rusdi Kamtono lebih di pilih oleh masyarakat di bandingkan dengan program-program ke 5 (lima) calon kandidat lainnya.

2. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian in adalah:

1. Untuk mengetahui pesan atau berita yang di komunikasikan kepada khalayak yang dapat di sampaikan secara langsung maupun tidak langsung.
2. Ingin mengetahui cara pandang khalayak kepada calon pasangan

Sutarmidji dan Edi Rusdi Kamtono terhadap segala aktifitas usaha yang di lakukan.

3. Ingin Mengethui hubungan calon pasangan Sutarmidji dan Edi Rusdi Kamtono dengan khalayak.
4. Ingin mengetahui langkah-langkah apa yang di lakukanoleh PPP dalam rangka penyusunan pencitraan pasangan Sutarmidji dan Edi Rusdi Kamtono.

keterbukaan dan tetap menjaga *low cost*. *Processual theory* beranggapan bahwa strategi bersifat dinamis dan biasanya terlahir secara spontan dari langkah-langkah atau tindakan yang telah dilakukan. Sedangkan *Systemic Theory* lebih melihat bahwa strategi berhubungan dengan sosiologi dan perilaku manusia. (Whittington, 2001 : 10).

Anwar Arifin (2003:145)

menyebut strategi itu sebagai keseluruhan keputusan kondisional pada saat ini tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan pada masa depan. Justru itu menurut Anwar Arifin, merawat ketokohan dan memantapkan kelembagaan dalam melakukan komunikasi politik, akan merupakan keputusan yang paling tepat saat ini bagi komunikator untuk mencapai tujuan kedepan yaitu, citra yang baik, opini public yang positif dan memenangkan pemilihan umum.

3. TINJAUAN PUSTAKA

1. Strategi

Ricahrd Whittington : Strategi sebagai studi bisa dilihat bahwa tentunya banyak teori yang terkandung di dalamnya. Teori sendiri ada dan difungsikan untuk menjelaskan suatu fenomena oleh karena itu teori berisi asumsi yang berbeda tiap teori. Dalam artikel Whittington disebutkan terdapat empat teori tentang strategi degan asumsi tersendiri yang mampu menjelaskan peristiwa yang menyangkut strategi. Keempat perspektif ialah *Classical*, *Evolutionary*, *Processual*, dan *Systemic*. Teori Klasik menekankan pada perencanaan dalam suatu strategi, *Evolutionary theory* menekankan pada

2. Pencitraan Politik

➤ Politik

Secara etimologis, politik berasal dari kata Yunani polis yang berarti kota atau negara kota. Kemudian arti iu berkembang menjadi polites yang

berarti warganegara, *politeia* yang berarti semua yang berhubungan dengan negara, politika yang berarti pemerintahan negara dan politikus yang berarti kewarganegaraan.

Aristoteles(384-322 SM) dapat dianggap sebagai orang pertama yang memperkenalkan kata *politik* melalui pengamatannya tentang manusia yang ia sebut *zoon politikon*. Dengan istilah itu ia ingin menjelaskan bahwa hakikat kehidupan sosial adalah politik dan interaksi antara dua orang atau lebih sudah pasti akan melibatkan hubungan politik. Aristoteles melihat politik sebagai kecenderungan alami dan tidak dapat dihindari manusia, misalnya ketika ia mencoba untuk menentukan posisinya dalam masyarakat, ketika ia berusaha meraih kesejahteraan pribadi, dan ketika ia berupaya memengaruhi orang lain agar menerima pandangannya.

Aristoteles berkesimpulan bahwa usaha memaksimalkan kemampuan individu dan mencapai bentuk kehidupan sosial yang tinggi adalah melalui interaksi politik dengan orang lain. Interaksi itu terjadi di dalam suatu kelembagaan yang dirancang untuk memecahkan konflik sosial dan membentuk tujuan

negara. Dengan demikian kata politik menunjukkan suatu aspek kehidupan, yaitu kehidupan politik yang lazim dimaknai sebagai kehidupan yang menyangkut segi-segi kekuasaan dengan unsur-unsur: negara (state), kekuasaan (power), pengambilan keputusan (decision making), kebijakan (policy, beleid), dan pembagian (distribution) atau alokasi (allocation).

➤ **Citra**

Citra memiliki 4 (empat) fase. Baudrillard dalam Arifin (2011:1993) menyebut keempat fase tersebut ialah; (1) representasi dimana citra merupakan cermin suatu realitas; (2) ideologi di mana citra menyembunyikan atau memberikan gambaran yang salah akan realitas; (3) citra menyembunyikan bahwa tidak ada realitas; dan (4) citra tidak memiliki sama sekali hubungan dengan realitas apapun.

Citra adalah dunia menurut persepsi kita, atau *pictures in our head* (Water Lippman, 1965), yang merupakan gambaran tentang realitas, mungkin saja tidak sesuai dengan realitas. Citra terbentuk berdasarkan informasi yang diterima melalui

berbagai media, utamanya media massa cetak dan elektronik, yang bekerja membentuk, mempertahankan, atau meredefinisikan citra. Dari sudut pandang ilmu sosial, salah satu pendekatan teoritik tentang penciptaan citra adalah impression management - manajemen kesan- dimana citra dipandang sebagai kesan seseorang atau suatu organisasi terhadap orang atau organisasi lain.

Menurut Nimmo (1978), citra adalah segala hal yang berkaitan dengan situasi keseharian seseorang; menyangkut pengetahuan, perasaan dan kecenderungannya terhadap sesuatu. Sehingga citra dapat berubah seiring dengan perjalanan waktu. Teori image building menyebutkan bahwa, citra akan terlihat atau terbentuk melalui proses penerimaan secara fisik (panca indra), masuk ke saringan perhatian (attention filter), dan dari situ menghasilkan pesan yang dapat dilihat dan dimengerti (perceived message), yang kemudian berubah menjadi persepsi dan akhirnya membentuk citra. (M. Wayne De Lozier, 1976:44).

Lebih jauh, Nimmo (2000:6-7) menyebutkan bahwa, citra seseorang tentang politik yang terjalin melalui

pikiran, perasaan dan kesucian subjektif akan memberi kepuasan baginya, yang paling tidak memiliki tiga kegunaan, yaitu: 1. Betapapun benar atau salah, lengkap atau tidak lengkap, pengetahuan orang tentang politik, memberi jalan pada seseorang untuk memahami sebuah peristiwa politik tertentu. 2. Kesukaan dan ketidaksukaan umum pada citra seseorang tentang politik menyajikan dasar untuk menilai objek politik. 3. Citra diri seseorang memberikan cara menghubungkan dirinya dengan orang lain. Sebagai bagian dari komunikasi politik, pencitraan politik memang dilakukan secara persuasif untuk memperluas arsiran wilayah harapan antara kandidat dengan pemilih. Corner dan Pels mencatat baik figur-figur yang bersih maupun bermasalah (notorious) — sama-sama secara substansial bekerja keras membangun citra politik untuk mempengaruhi pemilih, karena citra telah menjadi faktor paling menentukan sukses tidaknya sebuah perjalanan kampanye.

Gunter Schweiger dan Michaela Adami (1999) mengemukakan, citra merupakan gambaran menyeluruh yang ada di kepala pemilih mengenai

kandidat maupun program. Kedua penulis ini berpendapat bahwa proses pengambilan keputusan tidak selamanya dipengaruhi oleh pengetahuan pemilih tentang program-program partai maupun oleh informasi-informasi yang membangun brand politik, tetapi proses itu bisa jadi dipengaruhi kuat oleh impression (keterkesanan) dan nonrational evaluation criteria (kriteria yang tidak rasional yang dipakai pemilih dalam mengevaluasi para kandidat/parpol).

➤ **Pencitraan Politik**

Dalam Pencitraan terdapat dua elemen dasar yakni : 1) Positioning; Seperti apakah pelaku politik 'ditempatkan' dalam pikiran penerima pesan politik. Konsep ini bisa diartikan sebagai sebuah hubungan yang dibuat oleh perusahaan antara produk yang dihasilkan dengan segmen khusus di pasar (Newman, 1999, h.45). Ries & Trout (2002, h.3) mendefinisikan "positioning" sebagai "menempatkan produk dalam pikiran konsumen". Meski begitu, positioning bukanlah sesuatu yang dilakukan terhadap produk itu sendiri, melainkan menempatkan produk itu dalam pikiran

calon konsumen. 2) Memory; Bagaimana 'kesan terhadap pelaku politik' di-hold dalam pikiran penerima pesan politik. Manusia pada hakekatnya adalah cognitive miser (pelit mengalokasikan sumber daya kognitifnya) dan kerap menyeleksi informasi yang ingin disimpan dalam memori; hanya hal-hal yang dinilai penting olehnya-lah yang disimpan, sedang lainnya dibuang. Apalagi dalam dunia yang dipenuhi oleh pesan-pesan komunikasi (*overcommunicated society*), manusia memiliki semacam mekanisme yang disebut "oversimplified mind" dimana pikiran hanya menyerap pesan-pesan yang dianggapnya tidak terlalu rumit dan sederhana.

➤ **Strategi Pencitraan**

Schroeder menyebut strategi pencitraan sebagai *target image* (citra yang diinginkan). Dimanasetiap organisasi memiliki citra tersendiri di lingkungan di mana ia bergerak (Ardipandanto,2010:174).

Strategi *public relations* yang merupakan strategi pencitraan, memiliki empat macam, yaitu (1) pesan atau berita adalah informasi yang dikomunikasi kepada khalayak yang

dapat disampaikan secara langsung maupun tidak langsung; (2) identitas perusahaan adalah cara pandang khalayak kepada suatu perusahaan terhadap segala aktivitas usaha yang dilakukan; (3) hubungan dengan khalayak adalah sebuah relasi yang dibangun dengan khalayak (stakeholder, shareholder, media, masyarakat di sekitar perusahaan, dan lain-lain); (4) teknik lobi dan negosiasi adalah sebuah rencana baik jangka panjang maupun jangka pendek yang dibuat oleh PR dalam rangka penyusunan budget yang dibutuhkan (Nova, 2011:54).

Sedangkan menurut Cutlip dan Center manajerial public relations terdiri atas (1) pengumpulan fakta adalah mencari dan mengumpulkan fakta atau data sebelum melakukan tindakan; (2) perencanaan dan program adalah berdasarkan fakta membuat rencana tentang apa yang harus dilakukan dalam menghadapi berbagai masalah; (3) aksi dan komunikasi adalah rencana yang disusun dengan baik sebagai hasil pemikiran yang matang berdasarkan fakta atau data, kemudian di komunikasikan atau

dilakukan kegiatan operasional; (4) evaluasi adalah mengadakan evaluasi tentang suatu kegiatan, apakah tujuan sudah tercapai atau belum (Soemirat & Ardianto, 2004:90).

Melalui penjabaran yang ada, dapat disimpulkan oleh penulis bahwa strategi pencitraan yang efektif adalah rencana strategis dari perusahaan dalam membentuk citra atau identitas perusahaan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan, dimana memiliki proses-proses yang tepat dalam melakukannya. Sehingga, pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak dapat diterima dengan baik, dan citra positif dari perusahaan dapat dipahami oleh mereka. Intinya yaitu strategi pencitraan yang efektif harus mampu membantu pembentukan citra dan mencapai tujuan perusahaan itu sendiri.

4. METODE PENELITIAN

Tempat penelitian ini adalah di Kota Pontianak, khususnya kantor Wali Kota Pontianak dan DPW PPP. Dengan pertimbangan dalam pemilihan tempat tersebut adalah bahwasanya di temui pencitraan dalam bentuk program-

program yang di tawarkan kepada masyarakat lebih menarik sehingga lebih unggul di banding ke 5 (lima) kandidat lainnya.

Adapun waktu peneltitian ini di laksanakan pada bulan juli 2014 sampai selesai.

- Tulisan-tulisan atau dokumen.

1. Dalam hal ini peneliti mengumpulkan tulisan-tulisan atau dokumen terkait strategi sencitraan politik dalam pemenangan pasangan Sutarmidji dan Edi Rusdi Kamtono, sebagai calon wali kota dan wakil wali kota pontianak tahun 2013.
2. Tulisan atau hasil wawancara langsung kepada informan.
3. Dalam hal ini peneliti mengumpulkan data-data hasil wawancara dengan informan terkait dengan strategi sencitraan politik dalam pemenangan pasangan Sutarmidji dan Edi Rusdi Kamtono, sebagai calon wali kota dan wakil wali kota pontianak tahun 2013.
4. Perilaku yang diamati atau kondisi objek dilapangan penelitian.

Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan secara langsung dan dilakukan secara terbatas, mengenai aktifitas dari subjek yang diteliti dengan didukung oleh alat panduan observasi yaitu catatan-catatan yang sudah dipersiapkan sebelumnya dan pencatatan dilakukan saat pengamatan berlangsung.

Langkah-langkah penelitian ini yaitu:

- Masalah/pertanyaan penelitian
Penelitian harus terlebih dahulu dimulai dari adanya masalah yang ingin dipecahkan/diteliti. Dalam hal ini sebelum melakukan penelitian, peneliti terlebih dahulu mengidentifikasi permasalahan mengenai strategi sencitraan politik dalam pemenangan pasangan Sutarmidji dan Edi Rusdi Kamtono, sebagai calon wali kota dan wakil wali kota pontianak tahun 2013.

- Telaah teori

Telaah teori artinya menggunakan teori-teori yang relevan untuk menganalisis masalah. Berkaitan dengan ini peneliti menggunakan telaah Teori Strategi Pencitraan (Nova, 2011 : 54), sebagai pisau analisis untuk

menganalisis faktor-faktor mengapa masyarakat lebih memilih dan percaya terhadap program-program yang di tawarkan oleh pasangan Sutarmidji, dan Edi Rusdi Kamtono, di bandingkan dengan program-program ke 5 (lima) calon kandidat lainnya.

- Pengujian fakta

Pengujian fakta dengan melihat realitas yang ada. Berkaitan dengan hal ini peneliti berupaya melakukan pengujian terhadap realitas yang ada di lapangan.

- Kesimpulan

Kesimpulan merupakan proses akhir dari sebuah penelitian, dengan menyimpulkan data-data relevan yang didapat. Akhir dari penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan dasar tersebut, didahului dengan dengan menjabarkan teori-teori yang berkaitan dengan variabel pada rumusan masalah. Sebagai pembuktian bagaimana partai serta calon pasangan Sutarmidji dan Edi Rusdi Kamtono dalam membentuk strategi pencitraan pada Pemilukada 2013. Kemudian juga untuk memberikan preferensi secara ilmiah kepada para calon yang ingin bersaing di dalam pilkada untuk

pemenangan menggunakan strategi pencitraan politik, seperti yang telah di paparkan di atas serta menjadi acuan konsep perbaikan strategi dan manajemen kampanye kandidat di masa-masa mendatang.

Subjek Penelitian Menurut Faisal (1999: 109) Subjek Penelitian adalah sesuatu yang menunjukkan pada orang atau individu atau kelompok yang dijadikan unit atau satuan. Penarikan informan sebagai subjek penelitian mempergunakan teknik purposive yaitu suatu teknik penentuan sumber informasi untuk tujuan tertentu saja, artinya orang yang dipilih adalah orang-orang yang mengetahui tentang permasalahan yang diangkat. Adapun subjek penelitian ini adalah:

Yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah anggota partai PPP dan DPW PPP dan komponen-komponennya yang terkait langsung dengan Pelaksanaan strategi pencitraan sutarmidji dan edi rusdi kamtono. Subjek penelitian ini terdiri dari :

- 1) Wakil Ketua DPC PPP Kota Pontianak
- 2) Ketua DPW PPP Kota Pontianak
- 3) Tokoh Politik
- 4) Tokoh Masyarakat

Objek penelitian disini yang menjadi objeknya dalam penelitian adalah strategi pencitraan politik calon wali kota dan wakil wali kota pontianak.

Adapun teknik pengumpulan data ialah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data atau informasi. Teknik pengumpulam data yang peneliti gunakan antara lain :

a. Wawancara

Wawancara adalah proses antara pewawancara (Interviewer) dengan yang diwawancarai (interviewee) melalui komunikasi langsung atau dapat juga dikatakan sebagai proses percakapan tatap muka (face to face) antara interviewer dengan interviewee dimana pewawancara bertanya langsung tentang sesuatu aspek yang dinilai dan telah dirancang sebelumnya.

A. Muri Yusuf (2005:140)

b. Dokumentasi

Guba dan Lincoln (1981 :228) Dokumen dan record adalah : Record adalah setiap pernyataan yang tertulis yang di susun olen seseorang atau lembaga untuk keperluan pengujian suatu peristiwa atau menyajikan akunting, dan

Dokumen adalah setiap bahan tertulis ataupun film,lain dari rcord yang tidak di persiapkan karna adanya permintaan seorang penyidik.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis “model intraktif” 3 komponen analisis yaitu :

1. Reduksi hasil observasi dan wawancara

Peneliti mencatat semua data secara objektif dan apa adanya sesuai dengan hasil observasi dan wawancara dilapangan.

2. Memaparkan hasil observasi dan wawancara

Menjelaskan bagaimana hasil semua data dengan data-data yang ada telah diambil dan sesuai dengan sumber yang ada dan wawancara di lapangan.

3. Menyimpulkan hasil observasi dan wawancara

Menarik kesimpulan bagaimana cara hasil penelitian yang dilakukan di lapangan dan sesuai teori-teori yang didapat dan hasil wawancara yang dilakukan langsung dengan yang bersangkutan.

5. PEMBAHASAN

STRATEGI PENCITRAAN POLITIK DALAM PEMENANGAN PASANGAN SUTARMIDJI DAN EDI RUSDI KAMTONO, SEBAGAI CALON WALI KOTA DAN WAKIL WALI KOTA PONTIANAK TAHUN 2013

1. Strategi Pencitraan Politik dalam Pemenangan Pasangan Sutarmidji dan Edi Rusdi Kamtono

Calon pasangan Sutarmidji dan Edi Rusdi Kamtono maju bukan tanpa alasan, mereka sudah mempunyai modal untuk maju dalam pemilu pada pontianak 2013, karna sebelumnya sutarmidji sendiri adalah seorang Walikota pontianak periode 2009-2013. Dalam pemilu untuk calon kandidat itu harus memenuhi syarat dan kualitas yang di utamakan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu anggota DPW partai PPP H. Miftah menyatakan bahwa :

Dari PPP sendiri sutarmidji adalah incumben jadi lebih memudahkan dalam mencitrakanya karna sutarmidji juga sudah cukup di kenal oleh masyarakat sebagai Walikota Pontianak dalam periode pertama begitu juga dengan program-programnya yang betul-betul di jalankan sesuai program rakyat atau walikota yang merakyat program tersebut juga

dilanjutkanya sebagai bentuk pencitraan beliau yang sudah nyata kepada masyarakat.

➤ Pesan atau Berita yang di Komunikasikan Kepada Khalayak

Membangun suatu *image* (citra) politik tentunya tidak dapat dilakukan tanpa adanya sebuah komunikasi politik yang dilakukan partai politik atau kandidat politik kepada publik. Maka dari itu, bagi PPP komunikasi politik merupakan prasarat utama ketika mempromosikan Sutarmidji dan Edi Kamtono sebagai calon Walikota dan Wakil Walikota 2013. Secara teoritis komunikasi politik yang dikembangkan oleh Partai PPP menggunakan komunikasi dua arah (*dyadic communication*). Komunikasi politik dua arah sengaja dibentuk oleh Partai menyadari bahwa masyarakat adalah masyarakat yang *plural* (terdiri dari berbagai segmentasi masyarakat), tersebar luas dan terkadang tidak terorganisir dengan baik. Realitas seperti ini tentunya akan mempersulit sistematisasi panyampaian pesan yang dilakukan masyarakat terhadap PPP sebagai partai politik. Hal itu menuntut PPP untuk mengambil

inisiatif dengan cara mentransfer sekaligus merumuskan signal-signal atau pesan yang disampaikan oleh Masyarakat. Berbagai permasalahan sosial politik yang terjadi di masyarakat dipahami secara menyeluruh oleh Partai dan juga oleh calon kandidat, untuk kemudian dianalisis lebih dalam berdasarkan data dan peristiwa, untuk kemudian akan dijadikan *input* dalam merumuskan kebijakan partai. Sebagai partai politik dan sesuai dengan fungsi kepartaian ketika proses *input* dilakukan maka, PPP akan terlibat sebagai media untuk mengumpulkan aspirasi. Melalui proses komunikasi itu masyarakat akan mengetahui apakah dukungan, aspirasi, dan pengawasan itu tersalur atau tidak sebagaimana disimpulkan lewat aplikasi kebijakan politik. Inilah sebagian dari komunikasi politik yang dilakukan PPP ketika mengkonstruksi citra calon pasangan Sutarmidji dan Edi Kamtono menjelang pilkada 2013, dengan harapan akan tercipta persepsi baik terhadap pasangan tersebut. Apabila *image* politik kandidat diterima dengan baik oleh publik maka kemungkinan besar akan

mempermudah kandidat dalam mendapatkan simpati masyarakat.

Ada juga isi pesan atau berita yang di komunikasikan kepada khalayak oleh calon pasangan Sutarmidji dan Edi Kamtono, seperti yang di katakan pada wawancara berikut dengan bapak Indra M. Yusuf wakil ketua DPC.

Menurut hasil wawancara mengatakannya yaitu beberapa hal yang di sampaikan berkaitan dengan masalah program seperti masalah pendidikan, kesehatan, infrastruktur, jadi hal-hal yang berkaitan langsung terhadap masyarakat agar lebih cepat di terima oleh masyarakat sehingga masyarakat mengerti dan memahami kemudian tinggal masyarakat tersebut menentukan sikap.

Lebih lanjut berdasarkan hasil wawancara dengan wakil bendahara DPW PPP H. Ismail, menyatakan bahwa:

Masyarakat juga sudah bisa berfikir secara logis, dan juga masyarakat menilai dengan fakta dilapangan dari segi sosial dan politiknya karena manusia tidak lepas dengan popularitas. Pembuktian bersifat objek dan subjektif. Karna

disini Sutarmidji juga sudah pernah duduk pada periode pertama jadi masyarakat bisa menilai yang benar-benar terjadi karena bisa terbukti, secara jelas baik dengan media internet dan juga media cetak (Koran) jadi masyarakat mulai cerdas secara fakta.

Berdasarkan hasil wawancara diatas menurut penulis :

Hasil kinerja Kepala Daerah sebelumnya turut mempengaruhi perilaku pemilih pada pemilu selanjutnya. Ini dikarenakan kepercayaan masyarakat dipertaruhkan dengan kekuasaan yang diperankan oleh Kepala Daerah terpilih, apabila Kepala Daerah berkuasa memimpin dengan jujur, adil dan bertanggung jawab, maka kepercayaan masyarakat akan semakin meningkat, namun apabila Kepala Daerah berkuasa banyak melakukan pelanggaran dan penyelewengan kepercayaan masyarakat akan pudar bahkan hilang seperti yang tengah terjadi pada saat ini, banyak penguasa yang telah menghilangkan rasa percaya masyarakat terhadap mereka sehingga banyak masyarakat yang enggan menggunakan hak suaranya.

➤ Cara Pandang Khalayak Terhadap Aktifitas yang dilakukan Calon Pasangan Sutarmidji dan Edi Rusdi Kamtono

Sebagai Partai politik yang telah terkonsolidasikan dengan baik, PPP tentunya memiliki kapasitas yang cukup ketika harus membangun *image* (citra) tokoh yang dipromosikannya. Pada saat musim kampanye politik 2013 keterlibatan PPP ketika melakukan politik pencitraan Sutarmidji dan Edi Rusdi Kamtono terlihat dengan jelas.

Di katakan oleh Drs.Halim Wijaya salah satu anggota kesekretariatan DPW PPP pada saat wawancara yaitu;

Hal ini tidaklah mengherankan khalayak karena secara keanggotaan Sutarmidji adalah kader Partai itu sendiri. Keberadaan PPP diposisikan sebagai kendaraan politik yang bertugas menjaga dan membangun citra serta membentuk opini positif agar Sutarmidji dan Edi Rusdi Kamtono mendapatkan kepercayaan dan dukungan masyarakat.

Di katakan pula oleh bapak Indra M. Yusuf yaitu;

Partai tidak terlalu sulit dalam mencitraakn pasangan ini karna pak sutarmidji sebelumnya sudah di kenal oleh masyarakat, dengan berbagai program-program nya yang telah di laksanakan dan itu salah satu bukti nyata yang terlihat oleh masyarakat, dalam mencitrakanya pun hanya dengan melanjutkan program-program beliau selanjutnya saja.

Dari hasil wawancara peneliti menjelaskan bahwa sudah bisa di simpulkan bahwa masyarakat menilai kinerja sutarmidji pada periode sebelumnya yang menurut masyarakat itu adalah bukti bahwa beliau benar-benar menjalankan tugasnya untuk mensejahterakan masyarakatnya.

Langkah politik pencitraan yang dilakukan PPP terhadap Sutarmidji dan Edi Rusdi Kamtono diantaranya adalah Partai melakukan kampanye politik yang cukup intens di berbagai media publik, baik internal maupun lokal. Selain menggunakan jasa media, PPP juga melakukan komunikasi politik secara dialogis keberbagai segmentasi masyarakat

misalnya kaum buruh, mahasiswa, petani, dan lain-lain.

Seperti apa yang disampaikan pengurus Partai dalam sebuah wawancara yang dilakukan penulis. Dalam wawancara tersebut selaku wakil ketua DPC PPP Bapak Indra M yusuf, mengatakan :

Kami melakukan apa yang seharusnya dilakukan oleh partai politik atau kandidat, melakukan suatu kampanye melalui televisi, media sosial, koran, radio dan laian-lain, dan juga kampanye yang dilakukan secara tatap muka melalui rapat-rapat umum, atau silaturahmi ke rumah-rumah warga. Kami berusaha untuk menyentuh masyarakat. komunikasi dialogis dengan kelompok-kelompok strategis seperti kaum buruh, mahasiswa, petani.

Dari hasil wawancara di atas penulis berpendapat kembali bahwa: Berbagai langkah politik di atas, adalah bagian dari peran Partai Persatuan Pembangunan ketika melakukan politik pencitraan Sutarmidji dan Edi Rusdi Kamtono. Agenda politik seperti ini di lakukan berupaya membangun citra politik Sutarmidji dan Edi Rusdi Kamtono di tengah-tengah masyarakat

agar calon semakin diterima, untuk kemudian cita-cita politik Sutarmidji dan Edi Rusdi Kamtono serta PPP bisa terealisasi.

Terkait dengan terbatasnya waktu kampanye yang disediakan oleh Komisi Pemilihan Umum, pasangan Sutarmidji dan Edi Rusdi Kamtono beserta tim kampanyenya untuk merencanakan strategi kampanye politik secara efektif agar dapat menjangkau seluruh masyarakat di daerah pemilihan, dipilihnya media massa di gunakan sebagai sarana kampanye.

Dalam melaksanakan program-program serta politik pencitraan tersebut membutuhkan media untuk kemudian dipublikasikan pada masyarakat. digunakan sebagai media penghubung informasi dengan publik. Fungsi dari media sendiri adalah sebagai sarana atau alat untuk menyampaikan pesan atau sebagai mediator antara komunikator dengan komunikan.

Seperti yang di katakan oleh pak Indra yaitu :
Penggunaan media massa sebagai sarana membantu untuk mencitrakan calon kandidat, ini merupakan usaha

mencapai tujuan seefektif. Iklan calon pasangan Sutarmidji dan Edi Kamtono hadir di hampir seluruh media elektronik dan media cetak seperti di TVRI, PON TV, tribun pontianak dan banyak lagi, karna dalam pencitraan media masa berperan sangat penting, tanpa ada media pencitraan tidak akan berjalan dengan baik.

Dalam komunikasi politik, proses kerja pembentukan citra kandidat politik dapat dilakukan dengan cara mengemas pesan politik untuk kemudian disebarkekan kepada masyarakat. Kemudian keberadaan media massa dijadikan bagian dari instrumen pembentukan dan penyampaian pesan politik tersebut. Potret seperti inilah yang disebut Stayer sebagai bagian dari cara baru dalam mengkomunikasikan politik. Artinya kampanye yang dilakukan melalui komunikasi interpersonal (*direct-campaign*), mulai ditinggalkan dan digantikan oleh bentuk kampanye di media (*mediated-campaign*).

Langkah politik pencitraan serupa juga dilakukan oleh calon pasangan Sutarmidji dan Edi Kamtono. Penggunaan media sosial dan media interaktif telah

membuktikan efektivitasnya dalam komunikasi sosial dan komunikasi politik. Akurasi pesan yang disampaikan melalui telepon seluler (layanan pesan pendek), *twitter*, *facebook*, koran, radio dan televisi sangat berpengaruh.

Seperti yang di katakan oleh pak Indra dalam wawancara mengenai isi pesan yang di sampaikan yaitu:

Seperti yang sudah saya jelaskan bahwa masyarakat itu bisa menilai pak Sutarmidji, bagaimana hasil kerjanya pada periode sebelumnya, jadi pesan-pesan yang di sampaikan itu kurang lebih ya menyinggung program-program yang sudah terealisasi seperti apa, serta melanjutkan program yang belum terselesaikan dan kemudian program-program apa lagi yang akan di kerjakan selanjutnya, hal seperti itu dapat mengingatkan lagi kepada masyarakat, supaya masyarakat juga lebih bisa menilai lagi.

Peran strategis media sosial dan media massa dalam komunikasi politik, telah ditunjukan keberhasilan dan kemampuannya untuk menggalang kekuatan, dukungan terhadap

gerakan pro demokrasi, dan usaha untuk membangun citra positif. Melalui media massa seseorang akan memperoleh informasi tentang benda, orang, citra dan tempat yang tidak dialami secara langsung. Realitas terlahirlah untuk dijamah semuanya, dan keberadaan media sengaja dihadirkan untuk menyampaikan berbagai pesan tentang lingkungan sosial dan politik. Semua pesan yang mengandung muatan politik dapat membentuk dan mempertahankan citra politik dan opini publik.

➤ **Membangun Jaringan dengan Tokoh Masyarakat**

Strategi memanfaatkan tokoh-tokoh juga terbukti sangat efektif, karena target lebih percaya kepada tokoh-tokoh tersebut dari pada tim pemenangan yang menyampaikan keberadaan tokoh masyarakat akan sangat berpengaruh terhadap elektabilitas untuk mempengaruhi pemilih karena secara tidak langsung tokoh masyarakat akan menjadi panutan bagi pengikutnya, kemana tokoh akan melabuhkan hak pilihnya potensi besar akan diikuti oleh pengikutnya.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan bapak Indra M. Yusuf menyatakan;

Strategi jaringan politik pasangan berkunjung langsung ke daerah yang di ingin kannya salah satu nya silaturahmi, sekaligus sosialisasi yang jadwalnya telah di susun oleh tim langsung ke tingkat RT, di kembangkan sampai ke RW sampai tingkat kelurahan dan kecamatan, sistemnya tatap muka langsung, karna tatap muka langsung maka masyarakat mengetahui bagaimana sosok seorang calon pemimpin, bagaimana karakter seorang pemimin, bagaimana masyarakat dapat berdialog dengan calon pemimpin di situ lah ada simpatik masyrakat terhadap calon pemimpin mereka.

Hal serupa juga diungkapkan oleh wakil sekertaris DPW PPP H. Holdi Balhasan, mengungkapkan bahwa;

Pasangan mampu menggandeng masyarakat dan juga tokoh masyarakat, seperti tokoh organisasi, Pasangan menguasai jaringan ke-pemerintahan karna Sutarmidji dari awal memang sudah bergelut pada bidang pemerintahan, dari tingkat kabupaten

sampai tingkat Rukun Tetangga, diantaranya kepala dinas, camat, kepala desa, kepala dusun dan Ketua RT, dalam mencitrakan beliau juga tidak menyulitkan partai karna masyarakat sudah banyak mengenal suratmidji sebagai walikota pada periode sebelumnya.

Dalam program pencitraanya selain ingin melanjutkan program selanjutnya pasangan Sutarmidji memang di kenal baik dan dekat dengan masyarakat, seperti yang di katakan oleh seorang masyarakat yang bernama Ina salah satu masyarakat yang tinggal di sungai jawi, Ibu Ina mengatakan bahwa :

Pak sutarmidji itu bagus di jadikan pemimpin karna kita lihat sendiri pada program kerjanya yang telah ia laksanakan pada periode yang pertama itu sudah bukti sepeti membangun rumah yang sudah tidak baik kondisinya, kemudian membetulkan jalan-jalan yang sudah rusak dan banyak lagi.

Dari hasil wawancara dengan ibu Ina di atas penulis menyimpulkan bahwa memang Pak Sutarmidji dikenal baik dan amanah oleh masyarakat,

sehingga tidak ada keraguan oleh masyarakat untuk kembali memilih calon pasangan tersebut.

6. PENUTUP

1. Kesimpulan

Strategi politik yang dikembangkan oleh PPP dan juga oleh calon pasangan Sutarmidji dan Edi Kamtono menjelang pemilihan kepala daerah pada 2013 yaitu, menciptakan *image* (citra) positif kepada pasangan tersebut agar persepsi masyarakat terhadap pasangan Sutarmidji dan Edi Kamtono menjadi lebih baik. Membentuk *image* positif terhadap kandidat tersebut tidak terlalu sulit dilakukan, terlebih sutarmidji sendiri pernah menjadi figur kontroversial di benak masyarakat Kota Pontianak. Oleh karena itu, dilakukan langkah-langkah politik yang di spesialisasikan untuk pencitraan pasangan tersebut. Langkah-langkah tersebut adalah sebagai berikut :

1. Strategi Pencitraan Politik dalam Pemenangan Pasangan Sutarmidji dan Edi Rusdi Kamtono

Calon pasangan Sutarmidji dan Edi Rusdi Kamtono maju bukan tanpa alasan, mereka sudah mempunyai modal untuk maju dalam pemilukada pontianak 2013, karna sebelumnya sutarmidji sendiri adalah seorang Walikota pontianak periode 2009-2013 . Dalam pemilukada untuk calon kandidat itu harus memenuhi syarat dan kualitas yang di utamakan.

2. Pesan atau Berita yang di Komunikasikan Kepada Khalayak

Ada juga isi pesan atau berita yang di komunikasikan kepada khalayak oleh calon pasangan Sutarmidji dan Edi Kamtono, seperti yang di katakan pada wawancara berikut dengan bapak Indra M. Yusuf wakil ketua DPC.

Menurut hasil wawancara mengatakanyaitu beberapa hal yang di sampaikan berkaitan dengan masalah program seperti masalah pendidickn, kesehatan, infrastruktur, jadi hal-hal yang berkaitan langsung terhadap masyarakat agar lebih cepat di terima oleh masyarakat sehinggamasyarakat mengerti dan memahami kemudian

tinggal masyarakat tersebut menentukan sikap.

Masyarakat juga sudah bisa berfikir secara logis, dan juga masyarakat menilai dengan fakta dilapangan dari segi sosial dan politiknya karena manusia tidak lepas dengan popularitas. Pembuktian bersifat objek dan subjektif. Karna disini Sutarmidji juga sudah pernah duduk pada periode pertama jadi masyarakat bisa menilai yang benar-benar terjadi karena bisa terbukti, secara jelas baik dengan media internet dan juga media cetak (Koran) jadi masyarakat mulai cerdas secara fakta.

Berdasarkan hasil wawancara diatas menurut penulis :

Hasil kinerja Kepala Daerah sebelumnya turut mempengaruhi perilaku pemilih pada pemilu selanjutnya. Ini dikarenakan kepercayaan masyarakat dipertaruhkan dengan kekuasaan yang diperankan oleh Kepala Daerah terpilih, apabila Kepala Daerah berkuasa memimpin dengan jujur, adil dan bertanggung jawab, maka kepercayaan masyarakat akan semakin meningkat, namun apabila Kepala Daerah berkuasa banyak melakukan pelanggaran dan

penyelewengan kepercayaan masyarakat akan pudar bahkan hilang seperti yang tengah terjadi pada saat ini, banyak penguasa yang telah menghilangkan rasa percaya masyarakat terhadap mereka sehingga banyak masyarakat yang enggan menggunakan hak suaranya.

3. Cara Pandang Khalayak Terhadap Aktifitas yang dilakukan Calon Pasangan Sutarmidji dan Edi Rusdi Kamtono

Sebagai Partai politik yang telah terkonsolidasikan dengan baik, PPP tentunya memiliki kapasitas yang cukup ketika harus membangun *image* (citra) tokoh yang dipromosikannya. Pada saat musim kampanye politik 2013 keterlibatan PPP ketika melakukan politik pencitraan Sutarmidji dan Edi Rusdi Kamtono terlihat dengan jelas.

Dari hasil wawancara peneliti menjelaskan bahwa sudah bisa disimpulkan bahwa masyarakat menilai kinerja sutarmidji pada periode sebelumnya yang menurut masyarakat itu adalah bukti bahwa beliau benar-benar menjalankan tugasnya untuk mensejahterakan masyarakatnya.

4. Membangun Jaringan dengan Tokoh Masyarakat

Strategi memanfaatkan tokoh-tokoh juga terbukti sangat efektif, karena target lebih percaya kepada tokoh-tokoh tersebut dari pada tim pemenangan yang menyampaikan keberadaan tokoh masyarakat akan sangat berpengaruh terhadap elektabilitas untuk mempengaruhi pemilih karena secara tidak langsung tokoh masyarakat akan menjadi panutan bagi pengikutnya, kemana tokoh akan melabuhkan hak pilihnya potensi besar akan diikuti oleh pengikutnya.

5. Penggunaan Media Massa dalam Politik Pencitraan Sutarmidji dan Edi Rusdi Kamtono

Dalam melaksanakan program-program serta politik pencitraan tersebut membutuhkan media untuk kemudian dipublikasikan pada masyarakat. hampir seluruh media elektronik dan media cetak seperti di TVRI, PON TV, Tribun Pontianak dan banyak lagi digunakan sebagai media penghubung informasi dengan publik. Fungsi dari media sendiri adalah sebagai sarana atau alat untuk menyampaikan pesan atau sebagai mediator antara komunikator dengan

komunikasikan. Penggunaan media massa sebagai sarana membantu untuk mencitrakan calon kandidat, ini merupakan usaha mencapai tujuan seefektif mungkin.

2. Saran

Di penghujung penelitian skripsi ini, sepertinya perlu juga untuk berbagi saran-saran dan kritik dalam rangka menilai fenomena politik pencitraan yang berkembang pesat di era teknologi informasi ini. Hal ini penting, karena politik pencitraan dapat menjadi buruk apabila relasi antara citra dan aplikasinya tidak sesuai, yang ada hanya janji palsu dari kemasan pencitraan dan masyarakat menjadi korban manipulasi citra. Mengkonstruksi dan menjaga citra yang dilakukan Partai terhadap calon pasangan Sutarmidji dan Edi Kamtono agar mendapat simpatik rakyat sah-sah saja, asal pencitraan yang dilakukan harus sesuai dengan aplikasinya.

Untuk memahami kepentingan khalayak untuk calon pemilihnya hendaknya partai juga harus banyak mendekatkan diri kepada masyarakat tidak hanya melakukan sosialisasi atau pertemuan-pertemuan menjelang

kampanye saja, namun bisa menyelenggarakan sosialisasi rutin paling paling tidak setiap bulan sekali, agar dapat mengetahui permasalahan yang dihadapi masyarakat. Dan agar masyarakat percaya terhadap partai, bahwa tidak semua partai hanya mementingkan kepentingan anggota partainya saja namun lebih mementingkan kepentingan masyarakat juga.

Pencitraan juga diharapkan untuk tidak berlebihan dalam menggunakan pencitraan iklan politik di media massa, lebih mengedepankan program-program nyata yang langsung berdampak positif kepada masyarakat, karena pencitraan tidak selamanya sesuai dengan realitas sesungguhnya. Ketika seorang kandidat atau partai politik hanya mengandalkan pencitraan untuk mengambil simpatik masyarakat, hampir dapat dipastikan bahwa kandidat dan partai politik tersebut menggunakan pencitraan hanya sebagai alat manipulasi politik untuk mengambil simpatik masyarakat. Dan tentunya, berkaitan dengan skripsi ini penulis mengharapkan sarandan kritik para pembaca guna memperbaiki kesalahan atau kekurangan yang ada.

Selain itu penulis sendiri sadar bahwa karya ini merupakan buah pertama dari proses panjang pendewasaan intelektual penulis, sehingga masih sangat dimungkinkan jauh dari kesempurnaan.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 2011. *Komunikasi Politik: Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- _____. 2006. *Pencitraan dalam Politik*, Jakart: Pustaka Indonesia
- _____. 2011. *Komunikasi Politik: Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Armando, Ade. 2009. *Kampanye Melalui Media Massa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Alfian. 1990. *Komunikasi Politik dan Sistem Politik Indonesia*. Jakarta: Gramedia.

Basrowi & Suwandi, 2008. **Memahami Penelitian Kualitatif**. Jakarta: Rineka Cipta.

Danial, Akhmad. 2009. **Iklan Politik tv: Modernisasi Kampanye Politik Pasca Orde**

Baru. Yogyakarta: Lkis Yogyakarta.

Junaedi, Fajar. 2013. **Komunikasi Politik**. Yogyakarta: Litera Yogyakarta.

Moleong J.Lexy, 2002, **Metode Penelitian Kualitatif**. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Nimmo, Dan. 2009. **Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan, dan Media**. Bandung: Remaja Karya.

Suryadi, Karim. 1999. "**Media Massa dan Sosialisasi Politik: Perspektif Teori Belajar Sosial**". (Jurnal) Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia; Komunikasi Politik. Vol. IV/Oktober 1999. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. 2008. **Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D**. Bandung: Alfabeta.

_____. 2011. **Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D**. Bandung: Alfabeta.

_____. 2008. **Memahami Penelitian Kualitatif**. Bandung: Alfabeta.

Wahid, Umaimah. 2011. **Komunikasi Politik**. Jakarta: Universitas Budi Luhur.

Sumber Tesis:

Renny Lia Yahono, 2010. "Strategi Pencitraan Kandidat Eddy Rumpoko pada Pemilihan Umum Kepala Daerah Kota Batu (Penelitian Deskriptif Kualitatif Strategi Pencitraan Kandidat Eddy Rumpoko Pasca Isu Ijazah Palsu Pada Pemilihan Umum Kepala Daerah Kota Batu Periode 2012 – 2017). fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Fitra Ardiantoro .2010 . "Citra Pasangan Calon Walikota dan Wakil Walikota Bandar Lampung Periode 2010-2015 Dalam Pemberitaan Harian Umum Lampung Post (Studi Analisis Framing Menggunakan Model Zhongdang Pan dan Kosicki)" Program Pasca Sarjana Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Sumber Internet:

Budiasa, Meistra. **Memudarnya Politik Pencitraan**, di ambil pada 6 juni 2013 dari http://www.academia.edu/1759381/Memudarnya_Politik_Pencitraan.

Endah Hartimulyani Gumindar. **Dampak Dari Pencitraan Calon Pemimpin**, di ambil pada 27 april 2014 dari <http://politik.kompasiana.com/2012/06/14/pemilukada-brebes-dampak-dari-pencitraan-calon-pemimpin-464656.html>

- Hidayati, S. **Gelar Pemilu 2014 Jangan Tertipu Pencitraan Elit Politik**, di ambil pada 6 juni 2013 dari <http://www.depoknews.com/gelar-pemilu-2014-jangan-tertipu-pencitraan-elit-politik/>
- Harjanto, **Politik Pencitraan**, di ambil pada 31 desember 2013 dari <http://rakyatsulsel.com/politik-pencitraan-2.html>
- Kafah, Humrotin. **Pencitraan Partai Politik Pada Pemilu Tahun 2014: Partai Cabe, Partai Durian, atau Partai Jeruk ?**, di ambil pada 6 juni 2013 dari <http://politik.kompasiana.com/2013/04/09/pencitraan-partai-politik-pada-pemilu-tahun-2014-partai-cabe-partai-durian-atau-partai-jeruk--549549.html>
- Kamaruddin, Hasan. **Komunikasi Politik dan Pecitraan (Analisis Teoritis Pencitraan Politik di Indonesia)**. Di ambl pada 27 april 2014 dari <http://kamaruddinblog.blogspot.com/2010/10/komunikasi-politik-dan-pecitraan.html>
- Palalloi, Hamzah. **Politik Pencitraan dan Pencitraan Politik**, di ambil pada 6 juni 2013 dari <http://www.hamzahpalalloi.web.id/2010/01/pencitraan-politik.html>
- Ruhcitra, **PDIP Siap Menangkan Sutarmidji-Edi Satu Putaran**, di ambi pada 31 desember 2013 dari <http://www.kalimantan-news.com/berita.php?idb=2135>
- Timwarta. **KPU Pontianak Resmi Buka Pendaftaran Walikota dan Wakil Walikota**, di ambil pada 15 juni dari <http://www.volarefm.com/2013/06/kpu-pontianak-resmi-buka-pendaftaran-walikota-dan-wakil-walikota/>
- Wijanarko, Lukas b. **Sutarmidji, Penjual Koran yang Jadi Wali Kota**, di ambil pada 17 maret 2014 dari <http://www.kapuas.co/2014/01/09/214/sutarmidji-penjual-koran-yang-jadi-wali-kota/>



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PENGELOLA JURNAL MAHASISWA

Jalan A. Yani Pontianak, Kotak Pos 78124

Homepage: <http://jurnalmahasiswa.fisip.untan.ac.id>

Email: jumalmhs@fisip.untan.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH/PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK JURNAL ELEKTRONIK MAHASISWA

Sebagai sivitas akademika Universitas Tanjungpura, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama Lengkap : INDAH WATI
NIM / Periode lulus : 02110062 / 2015
Fakultas/Jurusan : Fisipol / Administrasi Negara Prodi Ilmu Politik
E-mail address/HP : indahwati_eerig@yahoo.co.id

demi pengembangan ilmu pengetahuan dan pemenuhan syarat administratif kelulusan mahasiswa (S1), menyetujui untuk memberikan kepada Pengelola Jurnal Mahasiswa.....*) pada Program Studi.....Ilmu.....Politik..... Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **):

Strategi Pencitraan Politik Dalam Pemantauan Pasangan Gubernur dan Wakil Gubernur Kalimantan. Sebagai Calon Wakil Kota dan Wakil Wali Kota Pontianak Tahun 2013.

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, Pengelola Jurnal berhak menyimpan, mengolah-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain):

- ☐ secara *fulltext*
☐ *content* artikel sesuai dengan standar penulisan jurnal yang berlaku.

untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Pengelola Jurnal, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Mengetahui/disetujui
Pengelola Jurnal [Signature]
[Signature]
NIP. 196911222002121002

Dibuat di :
Pada tanggal:

[Signature]
(INDAH WATI)
nama terang dan tanda tangan mhs

Catatan:

*tulis nama jurnal sesuai prodi masing-masing

setelah mendapat persetujuan dari Pengelola Jurnal, berkas ini harus di scan dalam format PDF dan dilampirkan pada step4 upload supplementary sesuai proses unggah penyerahan berkas (submission author).