

Membangun Image Partai Di atas Panggung Dramaturgis

Faisyal, M.Si

Penulis: Faisyal, M.Si (faisyal.chan@gmail.com) adalah dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bung Karno

Abstrack

The image of political parties in the eyes of the people not good. Because, behavior political parties contradict with political ethics. Behavior corruption, hedonism and precedes interests political parties - from interests people. People become disappointed. This not good to political parties image. Therefore, political parties the use mass media to up image. Because, mass media can up image political parties, get influence opini public and get influence attitude public. now, all political parties get have social media and mass media - as tool campaign and propaganda.

Key Words: *Image political, dramaturgist, political parties, mass media.*

Abstrak

Citra partai politik di mata rakyat tidak baik. Karena, perilaku partai politik bertentangan dengan etika politik. Perilaku korupsi, hedonisme dan mendahului kepentingan partai politik - dari kepentingan orang. Orang-orang menjadi kecewa. Ini tidak bagus untuk citra partai politik. Oleh karena itu, partai politik menggunakan media massa untuk meningkatkan citra. Sebab, media massa dapat meningkatkan citra partai politik, mendapatkan pengaruh opini publik dan mendapatkan pengaruh sikap publik. Sekarang, semua partai politik memiliki media sosial dan media massa - sebagai alat kampanye dan propaganda. Kata

Kata Kunci: *Citra politik, dramaturgi, partai politik, media massa.*

Pendahuluan

Penemuan teknologi yang merupakan bagian dari ilmu pengetahuan merupakan sebuah proses alami yang tidak bisa dilawan oleh umat manusia. Sebab, sudah menjadi kodrat manusia sebagai makhluk berpikir, dalam menjalankan roda kehidupan – mereka akan menemukan hal-hal baru. Termasuk dalam penemuan dan pengembangan teknologi komunikasi. Suka tidak suka manusia harus siap

menerimanya. Bagi yang tidak siap menerima penemuan dan perkembangan teknologi – mereka akan tergilas oleh teknologi – hidup dalam keterasingan.

Teknologi yang berkembang cepat dan berdampak langsung terhadap kehidupan manusia adalah teknologi informasi. Teknologi informasi berhasil merubah pola kehidupan dan pola interaksi masyarakat dan negara. Kehadiran teknologi informasi membuat interaksi manusia menjadi lebih cepat, efisien dan praktis. Akibatnya, interaksi langsung mulai ditinggalkan – karena dianggap sudah tidak praktis lagi.

Tidak hanya masyarakat, negara, perusahaan dan elemen lain yang menggunakan teknologi informasi. Partai politik¹ kini juga menggunakan teknologi komunikasi dalam kegiatan politik dan komunikasi politik. Disadari oleh partai politik, di era digital sekarang – partai politik tidak bisa lepas dari teknologi komunikasi. Diberbagai kegiatan, partai politik kini menggunakan teknologi informasi. Mulai dari proses pendirian, pembuatan program, implementasi program, rekrutmen, sirkulasi elit dan meraih kekuasaan – partai politik menggunakan teknologi komunikasi. Termasuk dalam menjalankan fungsi pengawasan atau kontrol – partai politik menggunakan teknologi informasi.

Tidak hanya dalam menjalankan fungsi, dalam membangun image atau citra politik. Partai politik menggunakan teknologi komunikasi. Fenomena ini menuntukan, sekarang partai politik tidak bisa lepas dari teknologi komunikasi – termasuk di dalamnya media massa. Media massa sebagai anak dari teknologi komunikasi kini menjadi elemen terpenting dalam aktivitas partai politik. Termasuk dalam membentuk citra partai.

Bukanlah pekerjaan yang mudah membangun citra politik – jika partai politik gagal membangun citra politik, bisa berpengaruh dalam percaturan politik. Target-target partai politik yang mau diraih, seperti meraih kekuasaan bisa gagal. Dalam arti

¹. Partai politik adalah organisasi artikulasi yang terdiri dari pelaku-pelaku politik yang aktif dalam masyarakat yaitu mereka yang memusatkan perhatiannya pada pengendalian kekuasaan pemerintahan dan yang bersaing untuk memperoleh dukungan dari rakyat, dengan beberapa kelompok lain yang mempunyai pandangan yang berbeda-beda. Dengan demikian partai politik merupakan perantara yang besar yang menghubungkan kekuatan-kekuatan ideologi-ideologi sosial dengan lembaga pemerintah yang resmi dan yang mengkaitkannya dengan aksi politik di dalam masyarakat politik yang lebih luas. Miriam Budiardjo, *Partisipasi dan Partai Politik Suatu Pengantar*, dalam buku *Sebuah Bunga Rampai, Partisipasi dan Partai Politik* (PT Gramedia, Jakarta, 1981), hal 14.

partai politik gagal menempatkan kader-kadernya menduduki jabatan politik, seperti presiden, wakil presiden, gubernur, wakil gubernur, bupati, wakil bupati, walikota, wakil walikota dan anggota legislatif pada tingkat kabupaten/kota, provinsi sampai tingkat pusat.

Teori partai menguraikan, kehadiran partai dalam sistem politik adalah meraih kekuasaan. Sebuah partai gagal menempatkan kader-kader dalam lingkaran kekuasaan, berarti gagal tersebut gagal mengimplementasikan fungsinya. Ramlan Surbakti menjelaskan, fungsi utama partai politik adalah mencari, merebut dan mempertahankan kekuasaan.

Tujuan meraih kekuasaan adalah mewujudkan program-program yang telah disusun berdasarkan ideologi partai. Partai politik menjadi agen untuk menyedarkan ideologi, program dan kekuasaan. Cara yang digunakan partai politik dalam meraih kekuasaan adalah melalui mekanisme pemilu.² Pemilu merupakan sistem pemberian kekuasaan yang paling baik dalam sistem demokrasi.

Kehadiran partai politik dalam sistem politik seperti seorang ibu yang berfungsi melahirkan anak. Begitu pula partai politik, berfungsi melahirkan kader menjadi elit yang bekerja di eksekutif dan legislatif. Persoalannya, anak atau kader yang dilahirkan partai politik adalah kader (politisi) yang berperilaku buruk, yakni terlibat dalam kasus korupsi. Perilaku korupsi jelas akan berdampak negatif terhadap citra dan elektabilitas partai politik, bahkan dapat menurunkan citra partai politik.

Terseretnya sejumlah anggota legislatif dalam kasus korupsi menjadi pemicu pesimisme masyarakat terhadap partai politik. Proyek-proyek di kementerian dan pembahasan anggaran menjadi lahan praktik korupsi anggota legislatif. Perilaku korupsi selain terjadi pada tingkat pusat pun terjadi ditingkat daerah. Fenomena ini dapat dilihat dari kasus korupsi berjamaah anggota DPRD Sumatera Utara. 38 anggota DPRD Sumatera Utara periode 2009-2014 dan 2014-2019 merupakan bentuk korupsi massal. Ke-38 anggota DPRD Sumut periode tersebut diketahui menerima suap dari mantan Gubernur Provinsi Sumatera Utara, Gatot Pujo Nugroho. Suap itu terkait persetujuan laporan pertanggungjawaban Pemerintah Provinsi Sumatera Utara untuk Tahun Anggaran 2012-2014 oleh DPRD Sumatera Utara, Persetujuan Perubahan APBD Provinsi Sumatera Utara Tahun 2013-2014 oleh DPRD Sumut.

². Ramlan Surbakti, *Memahami Ilmu Politik*, (PT Grasindo, 2010), hal 149.

Kemudian terkait pengesahan APBD Sumatera Utara Tahun Anggaran 2014-2015 dan penolakan penggunaan hak interpelasi anggota DPRD Sumatera Utara pada 2015.

Anggota legislatif Sumatera Utara memanfaatkan kewenangan dan kekuasaan yang mereka miliki, lalu bekerjasama dengan pihak eksekutif, dalam hal ini Gatot Pujo Nugroho selaku gubernur untuk kepentingan kelompok. Kasus ini menunjukkan korupsi dilakukan secara massal dengan memanfaatkan pelaksanaan fungsi dan kewenangan legislatif. Wewenang yang dimiliki legislatif dijadikan sebagai pintu untuk melakukan kerjasama dengan eksekutif untuk kepentingan kelompok dan pribadi. Kongkalikong bertujuan untuk mengamankan kepentingan masing-masing, atau mengambil manfaat untuk kepentingan pribadi ataupun kelompok.³

Di atas hanya salah satu contoh kasus korupsi yang dilakukan anggota legislatif. Cukup banyak kasus korupsi lain yang dilakukan anggota legislatif. Kasus korupsi E-KTP misalnya, juga melibatkan banyak politisi yang terlibat – termasuk eksekutif dan pengusaha. Fenomena korupsi sudah berlangsung lama – sampai sekarang fenomena tersebut tidak kunjung terurai. Jika tidak bisa diselesaikan, fenomena korupsi dapat menghancurkan kepercayaan masyarakat terhadap partai politik. Sebab, anggota legislatif dan eksekutif lahir dari partai politik.

Metode Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, penelitian memfokuskan pada cara partai politik membangun image politik – hingga tercipta kembali kepercayaan masyarakat terhadap partai politik. Bukan pekerjaan mudah membangun kembali kepercayaan masyarakat terhadap partai politik.

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah adalah cara yang rasional, empiris dan sistematis. Begitu juga dalam penelitian ini. Di sini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan diskriptif. Penelitian kualitatif bertumpu pada berbagai

³. www.kompas.com, *KPK: Kasus 38 Anggota DPRD Sumut Tunjukkan Korupsi Dilakukan Massal*, 03 April 2018, 19:00 WIB.

aliran, tradisi atau orientasi teori yang kesemuanya menekankan pentingnya pengembangan dan penyusunan teori yang ditandai oleh induktif empiris.⁴

Pendekatan ini bertujuan untuk mengurai secara diskriptif dengan cara mengamati orang, lembaga atau objek penelitian yang berinteraksi dalam lingkungan sosial. Penelitian deskriptif akan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi atau daerah tertentu. Dari urai tersebut, penulis menguraikan cara partai politik menaikkan image politik.

Dalam pandangan penelitian kualitatif, gejala itu bersifat holistik (menyeluruh, tidak dapat dipisah-pisahkan), hingga peneliti kualitatif tidak akan menetapkan penelitiannya hanya berdasarkan variabel penelitian, tetapi keseluruhan situasi sosial yang diteliti yang meliputi aspek tempat, pelaku dan aktivitas yang berinteraksi.⁵

Karena terlalu masalah dalam kualitatif, maka dalam penelitian kualitatif membatasi objek penelitian dalam satu hal. Dengan demikian, ada batasan masalah yang digunakan yaitu cara partai politik menaikkan citra di tengah dramaturgis.

Panggung Dramaturgis Partai Politik

Partai politik akan semakin mudah mengimplementasikan program – bila ia berhasil menempatkan kader-kadernya menduduki jabatan politik. Namun, bukan pekerjaan mudah meraih kekuasaan - ditengah-tengah menurunnya kepercayaan masyarakat terhadap partai politik. Yang disebabkan karena antara realita politik dan ide (program) politik berjalan linier.

Di satu sisi, partai politik berkampanye anti korupsi – namun disisi lain partai politik melakukan tindakan korupsi. Kasus pilkada serentak 2018, menjadi bukti nyata ada tindakan korupsi dilakukan partai politik. Terjadi transaksional politik antara partai politik dengan kandidat yang disebut mahar politik. Itu memberikan kesan ada tindakan korupsi dilakukan oleh partai politik. Mahar politik bukanlah peristiwa baru, peristiwa ini sudah berlangsung lama dan sudah menjadi rahasia umum, tapi tidak pernah tersentuh sama hukum.

⁴. Bagong Suyanto dan Sutinah (editor), *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*, (Kencana, 2010), hal177.

⁵. Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Alfabeta, Bandung, 2014), hal 287.

Partai politik di Indonesia seperti memiliki dua wajah. Satu sisi berjawah baik – sisi lain berjawah buruk. Di satu sisi teriak anti korupsi – di sisi lain mereka melakukan tindakan korupsi. Kasus pilkada Jawa Timur 2018 misalnya, La Nyalla Mahmud Mattalitti, Ketua Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Jawa Timur yang mau maju melalui Partai Gerindra membeberkan bahwa ia diminta oleh tim Partai Gerindra uang mahal sebesar Rp 40 milyar.⁶

Untuk melihat fenomane dua wajah partai politik di atas penulis menggunakan teori dramaturgis dari Erving Goffman. Dramaturgis adalah sandiwara kehidupan yang disajikan oleh manusia.⁷ Dramaturgis merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk memahami penggunaan simbol-simbol dalam dunia sosial. Pendekatan ini, selain digunakan untuk melihat dunia sosial – pun bisa digunakan terhadap politik. Pendekatan dramatisme yang dikenalkan pertama kali oleh Kenneth Burke pada awal tahun 1950-an menyatakan, bahwa interaksi manusia dapat digambarkan sebagai sebuah drama. Menurutnya, hubungan antara kehidupan dan teater bersifat literal bukan metafora. Dramaturgi sejatinya adalah sebuah perspektif sosiologi yang menitikberatkan pada manajemen dalam kehidupan sehari-hari.

Goffman melalui teori dramaturgi mencoba membandingkan dunia manusia dengan dunia teater, serta menggambarkan perbandingan antara manusia di kehidupan nyata dengan para pemain atau pemeran di atas panggung. Pendekatan Goffman sangat pas untuk melihat tingkah laku partai politik di Indonesia. Termasuk melihat sikap-sikap politik para politisi. Tidak sedikit politik yang memiliki dua sikap. Di depan masyarakat mereka bersikap seperti orang bersih – di belakang masyarakat melanggar etika politik. Termasuk gaya hidupnya yang hedonis, bertentangan dengan realitas sosial masyarakat yang mereka wakili – hidup dalam kemiskinan.

Menurut Goffman ada dua wilayah kehidupan sosial, pertama wilayah depan (*front region*), kedua wilayah belakang (*back region*). Wilayah depan merupakan tempat atau peristiwa sosial yang memungkinkan individu menampilkan peran formal atau bergaya layaknya aktor yang berperan. Sementara wilayah belakang, tempat

⁶. www.Tribunnews.com, *Blak-blakan! Gerindra Tanggapi Pernyataan La Nyalla Soal Prabowo*, Jumat, 12 Januari 2018 11:36 WIB.

⁷. Dr. Lely Arrianie, M.Si, *Komunikasi Politik Politisi dan Pencitraan di Panggung Politik*, (Widya Padjadjar, 2010), hal 35.

untuk mempersiapkan perannya atau kamar rias, tempat pemain bersandiwara atau tempat berlatih untuk memainkan perannya di panggung depan.⁸

Wilayah *front* mencakup *setting*, dan *personal front* (penampilan diri), serta *expressive equipment* (peralatan untuk mengekspresikan diri). Sedangkan bagian belakang adalah *the self*, yaitu semua kegiatan yang tersembunyi untuk melengkapi keberhasilan akting atau penampilan diri yang ada pada *front*. Pada wilayah depan itulah para pemain memiliki kesempatan untuk menciptakan image atas pertunjukannya yang skenarioanya sudah diatur sedemikian rupa dan berbeda jauh dengan apa yang terjadi dibelakang. Selain oleh diri sendiri, *setting* juga bisa menggunakan konsultan politik – hingga penampilan bisa menimbulkan daya tarik dan mempengaruhi pandangan masyarakat.

Kajian dramaturgi yang dikembangkan oleh Goffman bukan hanya untuk mengaji tentang individu sebagai bagian dari relasi sosial dalam masyarakat. Dalam hal ini, Goffman juga mengkaji kelompok. Selain membawakan peran dan karakter secara individu, aktor-aktor sosial juga berusaha mengelola kesan orang lain terhadap kelompoknya, baik itu keluarga, tempat bekerja, partai politik, atau organisasi lain yang mereka wakili. Semua anggota itu oleh Goffman disebut “tim pertunjukan” (*performance team*) yang mendramatisasikan suatu aktivitas. Namun demikian, Goffman tidak memusatkan perhatiannya pada struktur sosial saja, dia lebih tertarik pada interaksi tatap muka atau kehadiran bersama (*co-presence*). Menurut Goffman, individu dapat menyajikan suatu pertunjukan (*show*) pada orang lain, tapi penilaian yang diterima tidak selalu sama, bisa berbeda.

Membangun Image Politik

Untuk membangun kepercayaan kembali masyarakat terhadap partai politik. Partai politik melakukan image politik. Image politik adalah konstruksi atas representasi dan persepsi masyarakat terhadap partai politik atau individu mengenai semua hal yang terkait dengan aktivitas politik. Perlu diingat, image politik tidak selalu mencerminkan realitas objek. Suatu image politik juga dapat mencerminkan hal

⁸ . *Ibid*, hal 35.

yang tidak real atau nyata.⁹ Dengan begitu berarti image politik dapat diciptakan, dibangun dan diperkuat oleh partai politik atau individu. Membangun opini publik tidak berdasarkan fakta. Dalam dunia politik praktis - kegiatan seperti ini sudah menjadi keharusan. Bila tidak dilakukan akan berpengaruh terhadap elektabilitas partai politik.

Image politik yang bagus akan memberikan efek positif terhadap partai politik ketika pemilu. Semakin sempurna image politik maka bagus persepsi yang diterima masyarakat.¹⁰ Karena sudah terjadi perubahan persepsi terhadap partai politik tersebut. Di masyarakat tradisional, image politik sangat mudah diterapkan, karena kesadaran politik mereka masih rendah. Rendahnya kesadaran politik masyarakat memberikan ruang pada partai politik untuk melakukan kesalahan atau penyimpangan-penyimbangan kembali. Fenomane politik image sebuah kenyataan yang menyedihkan – sebab berpengaruh pada kelangsungan demokrasi dan tatanan hidup bernegara – termasuk dalam pemerintahan.

Firmanzah dalam bukunya *Marketing Politik* menjelaskan ada empat hal yang harus dibangun saat membentuk image politik. Pertama, membangun image politik membutuhkan waktu lama, tidak bisa dalam waktu singkat. Masyarakat membutuhkan rentang waktu yang panjang bisa menerima pesan dari partai politik. Kedua, membangun image politik membutuhkan konsistensi dari partai politik, seperti platform partai, program kerja, reputasi pemimpin partai, latar belakang partai yang selama ini tenggelam dibangkit kembali. Ketiga, membangun pesan dan kesan pada masyarakat – apa saja yang telah dilakukan partai politik. Keempat, image politik terdapat dalam kesadaran masyarakat yang merasal dari memori kolektif. Semua yang dilakukan partai tidak begitu saja hilang dalam memori masyarakat.

Sarana yang sering digunakan partai politik dalam membangun atau pembentuk image politik adalah media massa. Politik sering menempatkan media massa sebagai alat untuk membrending diri. Hal ini dimungkinkan ketika media memiliki kekuatan penuh untuk memutuskan informasi mana yang seharusnya diketahui atau tidak diketahui publik. Kondisi tersebut menempatkan media sebagai

⁹. Firmanzah, Ph.D, *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*, (Yasasan Obor Indonesia, 2008) hal 229 – 230.

¹⁰. *Ibid*, hal 231.

pembentuk citra baru bagi individu atau lembaga. Fakta telah berubah menjadi komoditas yang mudah dikemas, didaur ulang dan dimaknai kembali. Maka wajar jika hampir seluruh media memberitakan hal yang sama dan dari sumber berita yang sama. Seperti halnya pemberitaan masalah kegiatan partai politik. Terutama media yang dimiliki oleh politisi – pemberitaan cenderung berulang dan sama.

Media massa memiliki kekuatan luar biasa dalam dunia modern mengingat perannya dalam mempengaruhi opini dan kebijakan publik melalui informasi, reportase, ulasan dan investigasi yang disajikan sangat kuat. Kekuatan media massa dalam mempengaruhi khalayaknya sangat kuat, dapat menjadikan sebuah partai politik maupun aktor politik yang ada didalamnya mempunyai citra negatif atau positif. Melalui berbagai berita dan iklan – masyarakat menjadi terpengaruh dan terpedaya.

Berbicara mengenai strategi pencitraan, tak dapat dilepaskan dari peran media massa dalam kapasitasnya memberitakan kepada publik serta memberi citra dari aktivitas para aktor politik. Prilaku partai politik menjadi konsumsi masyarakat. Disini peranan *framing* maupun agenda *setting* menjadi penting. Karena agenda media merupakan agenda publik, artinya publik disodorkan headline berita yang memang telah diagendakan oleh media untuk menjadi berita utama. Dalam posisi sebagai konsumen – masyarakat tidak punya kekuatan untuk melawan media massa.

Menunjukkan bahwa peranan media massa dalam aspek kehidupan politik sangatlah besar. Tidak mengherankan jika media massa digunakan untuk berbagai tujuan – termasuk tujuan politik. Pada proses sosialisasi politik telah menggeser agen sosialisasi politik tradisional, seperti gereja, masjid, teman dan tetangga atau lingkungan. Media massa sudah menjadi guru, orangtua juga menjadi agama bagi masyarakat industri atau masyarakat saat ini.¹¹ Bahkan di beberapa negara, seperti Turki dan Mesir, media massa menjadi agen penggerak perubahan politik dan perlawanan.

Penjelasan ini menunjukkan peran media massa dalam menyampaikan pesan politik kepada masyarakat dalam interaksi politik sangat kuat. Begitu pula partai politik di Indonesia – media massa memfasilitasi diri menjadi agen komunikasi

¹¹. Henry Subiakto dan Rachman Ide, *Komunikasi Politik, Media dan Demokrasi*, (Kencana, 2014), hal 108 – 109.

politik partai. Menyampaikan pesan untuk kepentingan partai – walau antara pesan dengan fakta yang terjadi berbeda. Dengan kemampuan dalam menyebarkan informasi secara luas - membuat pesan politik disalurkan melalui media massa tersebar luas dan cepat. Tujuan utama dari komunikasi partai politik adalah pesan politik, program kerja partai dan pencitraan.¹² Semakin besar media massa menjangkau masyarakat, semakin luas pesan partai politik yang diterima masyarakat.

Apa lagi di era sekarang, kehadiran teknologi digital yang melahirkan media digital - semakin menguatkan posisi media massa. Meski terjadi pergeseran dari media konvensional ke media digital. Namun peranannya tidak berubah – malah semakin kuat. Media massa sekarang menjadi kekuatan baru dalam sistem politik. Karena sebaran dan penggunaannya semakin luas, dan tanpa batas. Tidak seperti media konvensional yang terbatas dan membutuhkan biaya yang cukup mahal. Karena murah dan praktis, membuat media digital semakin masif. Begitu pula dengan media digital – lebih masif dari media konvensional. Apa lagi sejak media digital melahirkan new media atau media baru.¹³

Menurut Silih Agung Wasesa, kehadiran media baru berbasis digital membuat informasi politik tidak hanya semakin masif, tetapi juga terdistribusi dengan cepat dan bersifat interaktif. Dengan karakteristiknya itu, tidak sedikit aktor politik di sejumlah negara memanfaatkan media sosial alat komunikasi politik – untuk mempengaruhi masyarakat dan menyampaikan agenda-agenda politi. Media sosial juga digunakan oleh aktor politik untuk alat propaganda dan kampanye.¹⁴ Partai politik di Indonesia sudah banyak yang memiliki akun Facebook, Twitter, dan YouTube, di samping website resmi partai politik.¹⁵

¹². Firmanzah, Ph.D, *Mengelola Partai Politik*, (Yayasan Obor Indonesia, 2008) hal 32.

¹³. Media baru adalah hal yang mencakup kemunculan teknologi digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi yang lahir pada abang ke 20. Sebagian teknologi yang digambarkan sebagai media baru adalah digiltal yang karakteristiknya sering kali dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif dan tidak memihak, Muthoh Jinan, *Intervensi New Media dan Impersonalisasi Otoritas Keagamaan di Indonesia*, Jurnal Komunikasi Islam, Volume 03 Nomor 02 Desember 2013, Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.

¹⁴. Roger dan Storey mendefisikan kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besah khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu, Antar Venus, *Manajemen Kampanye*, ((Simbiosa Rekatama Media, 2014), hal 7.

¹⁵. Faridhian Anshari, *Komunikasi Politik di Era Media Sosial*, Jurnal Komunikasi, Universitas Islam Indonesia, Volume 8, Nomor 1, Oktober 2013, hal 92.

Pengaruh media sosial dalam dunia politik khususnya dalam hal komunikasi politik, terutama dalam kampanye pemilu sangat besar. Kehadirannya menjadi penting bagi institusi politik dalam komunikasi politik yang berbasiskan media sosial, terutama dalam kampanye pemilu. Media sosial selanjutnya menggambarkan sebagai sarana ideal dan basis informasi untuk mengetahui opini publik tentang kebijakan dan posisi politik, selain untuk membangun dukungan komunitas kepada politisi yang tengah berkampanye. Sejumlah penelitian menunjukkan, politisi di seluruh dunia telah mengadopsi media sosial untuk menjalin hubungan dengan konstituen.¹⁶ Ini terbukti dalam pemilu presiden di Amerika Serikat.

Presiden terpilih Amerika Serikat, Donald Trump, mengatakan bahwa media sosial menjadi salah satu kunci dalam mengalahkan Hillary Clinton pada pemilihan presiden Amerika Serikat. Dalam cuplikan wawancara dengan program 60 Minutes di CBS, Donald Trump mengatakan akan terus menge-tweet melalui akun pribadinya, @realDonaldTrump. Menurut Trump, media sosial merupakan "bentuk modern dari komunikasi".¹⁷

Kesimpulan

Dalam melihat sikap dan interaksi partai politik Indonesia, seperti memiliki dua wajah. Di depan seolah-olah baik sementara dibelakang berperilaku tidak baik. Tindakan dan sikap politik sering bertentang dengan etika politik. Goffman menyebutnya dramaturgi. Kasus ini menjadi beban bagi partai politik dalam meraih kekuasaan. Karena kepercayaan masyarakat sudah mulai turun terhadap partai politik.

Bukan pekerjaan mudah untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat terhadap politik. Untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat, partai politik menggunakan media massa termasuk sosial media sebagai alat untuk membangun image atau citra. Kini semuanya partai politik sudah mempunyai akun Instagram, Twitter, Facebook dan akun sosial media lain - bahkan partai politik sudah punya media online sendiri yang dikelola secara profesional.

¹⁶ . *Ibid*, 93.

¹⁷ . www.kompas.com, 13 November 2016, 07:38 WIB, *Media Sosial Kunci Kemenangan, Donald Trump Akan Terus "Nge-tweet"*.

Penggunaan media baru sebagai alat pembentuk citra dapat mendorong atau mempengaruhi masyarakat. Sebab, masyarakat sekarang umumnya punya akun sosial media. Menggunakan telepon genggam pintar – mereka bisa mengakses informasi di mana dan kapan saja. Ruang inilah yang diambil oleh partai politik.

Keberhasilan penggunaan sosial media sebagai alat pembentuk image – sudah terbukti di Amerika Serikat. Kemenangan Donald Trump dalam pemilu Amerika Serikat tak lepas dari penggunaan media sosial. Media massa termasuk didalamnya media sosial dapat merubah opini publik dari yang tidak setuju, bisa berubah menjadi setuju. Dari yang tidak simpati menjadi simpati. Itu karena media massa mampu mempengaruhi kognitif manusia.

Daftar Pustaka

Buku

Arrianie, Lely, 2010, *Komunikasi Politik Politisi dan Pencitraan di Pangung*
-----*Politik*, Widya Padjadara.

Budiardjo, Miriam, 1981, *Partisipasi dan Partai Politik Suatu Pengantar*, Sebuah
-----*Bunga Rampai, Partisipasi dan Partai Politik*, PT Gramedia, Jakarta.

Firmanzah, 2008, *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*, Yayasan
-----*Obor Indonesia*.

Firmanzah, 2008, *Mengelola Partai Politik*, Yayasan Obor Indonesia, 2008.

Henry Subiakto dan Rachman Ide, 2014, *Komunikasi Politik, Media dan*
-----*Demokrasi*, Kencana, 2014.

Ramlan Surbakti, 2010, *Memahami Ilmu Politik*, PT Grasindo.

Suyanto, Bagong dan Sutinah (editor), 2010, *Metode Penelitian Sosial Berbagai*
-----*Alternatif Pendekatan*, Kencana, 2010.

Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Kombinasi*, Alfabeta, Bandung.

Venus, Antar, 2014, *Manajemen Kampanye*, Simbiosis Rekatama Media.

Jurnal

Muthoh Jinan, *Intervensi New Media dan Impersonalisasi Otoritas Keagamaan di Indonesia*, Jurnal Komunikasi Islam, Volume 03, Nomor 02 Desember 2013, Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.

Faridhian Anshari, *Komunikasi Politik di Era Media Sosial*, Jurnal Komunikasi, Universitas Islam Indonesia, Volume 8, Nomor 1, Oktober 2013.

Internet

www.kompas.com, *KPK: Kasus 38 Anggota DPRD Sumut Tunjukkan Korupsi Dilakukan Massal*, 03 April 2018.

www.Tribunnews.com, *Blak-blakan! Gerindra Tanggapi Pernyataan La Nyalla Soal Prabowo*, Jumat, 12 Januari 2018.

www.kompas.com, 13 November 2016, *Media Sosial Kunci Kemenangan, Donald Trump Akan Terus "Nge-tweet"*