

## STRATEGI KOMUNIKASI PARTAI GOLKAR DALAM MEMPERTAHANKAN ELEKTABILITAS (Studi Kasus Partai Golkar Jawa Barat di Pemilihan Umum 2014)

Cevi Mochamad Taufik  
Ilmu Komunikasi, Universitas Kebangsaan  
E-mail: cevimtaufik@gmail.com

### Abstrak

Penelitian ini menitikberatkan pada aspek komunikasi sebagai strategi Partai Golkar Jawa Barat dalam menghadapi Pemilu 2014. Dalam pemilu ini, Partai Golkar Jawa Barat mengemban tugas relatif berat karena diharapkan memberi sumbangan signifikan bagi perolehan suara secara nasional sebesar 30 persen. Di sisi lain, kekuatan Golkar Jawa Barat sudah melemah. Indikatornya, tercermin dalam Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada). Sepanjang tahun 2013 atau setahun sebelum pemilu, kader Partai Golkar tidak memenangkan semua kontestasi. Berangkat dari kondisi tersebut, penelitian ini khusus mengenai aspek komunikasi yang hakikatnya adalah dasar pelaksanaan persaingan yang menjangkau pada teknik memenangkan hati publik, menguatkan komitmen, mengubah sikap, atau cara pandang politik. Penelitian ini didekati dengan menggunakan teori interaksionisme simbolik. Teori ini digunakan sebagai pedoman untuk meneliti tentang proses-proses komunikasi yang merupakan wujud dari pelaksanaan strategi. Sementara metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif secara studi kasus, untuk mengungkap informasi-informasi yang berkaitan dengan pelaksanaan strategi dari sudut pandang subjek untuk mengungkap bagaimana langkah dan upaya strategis yang dilakukan kader Partai Golkar dalam mempertahankan elektabilitas. Data penelitian diperoleh melalui sumber data primer dari pengamatan dan wawancara dengan para informan serta data sekunder dari dokumen dan internet. Hasil penelitian menunjukkan, Partai Golkar Jabar tidak menekankan komunikasi sebagai aspek paling strategis. Komunikasinya lebih pada pengalaman partai secara organisasional. Dari sisi tema, tidak memproduksi pesan yang baru, begitupun dari sisi komunikator menampilkan kader yang minim pengaruh. Hal yang sama terjadi pada interaksinya yang lebih intens terjadi pada para konstituennya.

**Kata Kunci:** strategi komunikasi, partai golkar, dan elektabilitas

### Abstract

*This research focuses on the communication aspect as the Golkar Party of West Java strategy in facing the 2014 election. In this election, Golkar Party of West Java has a relatively heavy duty because it is expected to make a significant contribution to the national vote by 30 percent. On the other hand, West Java Golkar power has weakened. The indicator, reflected in the Regional Head Election (Pilkada). Throughout 2013 or a year before the election, Golkar Party cadres do not win all contestants. Departing from these conditions, this study is specifically about the aspect of communication that is essentially the basis of the implementation of competition that reaches on techniques to win the public heart, strengthen commitment, change attitudes, or a political perspective. This research is approached by using the theory of symbolic interactionism. This theory is used as a guide to examine the communication processes that form the implementation of the strategy. While the method used is qualitative research method in case study, to reveal the information related to the implementation of the strategy from the point of view of the subject to reveal how the steps and strategic efforts of Golkar Party cadres in maintaining elektabilitas. The research data was obtained through primary data source from observation and interview with informants as well as secondary data from documents and internet. The results showed, Golkar Party of West Java did not emphasize communication as the most strategic aspects. His communication is more on organizational experience of the party. From the side of the theme, does not produce a new message, as well as from the side of the communicator featuring a cadre of minimal influence. The same thing happened to his more intense interaction with his constituents.*

**Keywords:** communication strategy, Golkar party, and elektabilitas

## I. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Partai Golkar Jawa Barat mengalami tantangan sangat berat dalam menghadapi kontestasi Pemilihan Umum (Pemilu) tahun 2014. Persoalan yang dihadapi partai berlambang Pohon Beringin ini tidak hanya bersumber dari lingkungan eksternal, melainkan terjadi dalam kepengurusan internal. Problem eksternal yang dihadapi adalah terbentuknya persepsi publik

dengan stigma Golkar sebagai partai warisan Orde Baru, sedangkan masalah internal karena rendahnya penerapan strategi komunikasi sebagai landasan dalam menghadapi persaingan.

Dalam kondisi berat seperti ini, Partai Golkar harus bersaing dengan partai lain yang memiliki daya tarik, program, serta tokoh yang layak dipasarkan secara politik. Tidak hanya itu, Partai Golkar harus berupaya keras menyukseskan program nasional pencapaian raihan suara

sebesar 30 persen. Namun para pengurus dan kader partai di Jabar sangat yakin pada pengalaman selama ini yang menunjukkan bahwa masyarakat Jawa Barat sangat dekat dengan Golkar dan bahkan Jawa Barat sebagai kantong utama Partai Golkar.

Di sisi lain, bukti penurunan dukungan masyarakat Jawa Barat terhadap Partai Golkar ditunjukkan dalam kontestasi pemilihan kepala daerah (pilkada), namun tidak serta merta menjadi barometer kekuatan dan dukungan masyarakat kepada Partai Golkar dalam pemilu. Muncul keyakinan bahwa pemilu memiliki karakteritiknya sendiri seperti ditunjukkan dalam kontes yang dijalankan oleh individu calon anggota legislatif. Pengertian yang timbul dari pemahaman ini adalah bahwa popularitas partai tidak menjadi satu-satunya penyebab timbulnya dukungan publik, karena pengaruh nama individu calon anggota legislatif pun sangat diperhitungkan oleh para pemilih.

Dengan kata lain pemilih tidak akan secara *'an sich'* menjatuhkan pilihannya karena nama partai, namun juga mempertimbangkan popularitas dan elektabilitas calon anggota legislatif. Apalagi dalam sistem pemilu yang dianut saat ini memungkinkan terjadinya saling pengaruh antara partai dengan individu anggota partai. Bisa saja partai menjadi besar karena dihuni para kader yang memiliki tingkat elektabilitas tinggi, atau bisa juga karena popularitas partai yang sangat tinggi. Sehingga pada kondisi relatif tersebut tidak mengaburkan esensi perjuangan para kader partai Golkar meraih suara dukungan sebesar 30 persen.

Keyakinan para kader bertambah kuat dengan berbagai survei pendahuluan yang berpihak pada kemenangan partai Golkar. Dalam survei yang diselenggarakan Lembaga Survei Nasional (LSN), Partai Golkar masih menduduki posisi dua besar dalam perolehan suara di pemilu. Dalam rilis Minggu (05/03/13) yang diunduh 6 Mei 2013 pukul 00/15, LSN melaporkan Partai Golkar berada di posisi dua setelah PDIP. PDI Perjuangan dan Partai Golkar diperkirakan menjadi pemenang pemilu 2014 dengan kisaran 19,2 persen.

Dalam survei nasional yang dilakukan pusat penelitian politik LIPI (Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia) tentang partisipasi politik dan perilaku pemilih pra-Pemilu 2014, menghasilkan PDIP dan Golkar bersaing ketat sementara PKS tak lolos Presidential Threshold (PT), jika Pemilu 2014 digelar hari itu.

Berkaitan dengan hal ini, penelitian dilaksanakan Januari 2014 sampai April 2014. Pemilihan waktu ini ditetapkan agar mendekati pelaksanaan kampanye pemilu, dengan lokasi penelitian di beberapa tempat di Bandung. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi yang diterapkan Partai Golkar Jabar dalam menghadapi persaingan mengingat dalam persaingan dibutuhkan kemampuan pengetahuan mengenai situasi komunikasi?
2. Bagaimana strategi Partai Golkar Jabar dalam menggunakan media komunikasi sebagai saluran untuk menyampaikan pesan dan program partai?
3. Bagaimana Partai Golkar Jabar menggunakan pesan politik yang diadopsi dari khasanah budaya lokal dan selaras dengan konteks budaya Jawa Barat?
4. Bagaimana strategi Partai Golkar Jabar menghadapi persaingan dengan partai-partai baru yang memiliki program dan tokoh-tokoh yang lebih populer?

## **II. TINJAUAN TEORITIS**

### **Strategi**

Beberapa pengertian strategi dipaparkan salah satunya dalam pendekatan bisnis. Menurut Chandler dalam Purwanto (2012:14) strategi adalah penerapan tujuan dasar jangka panjang dan sasaran perusahaan dan penerapan serangkaian tindakan, serta alokasi sumber daya yang penting untuk melaksanakan sasaran ini.

### **Komunikasi Strategis**

Untuk melengkapi pengertian mengenai strategi, O'Hair, Friedrich & Dixon (2008:25) memberikan pemahaman mengenai komunikasi strategis adalah: *Strategic communication means achieving your potensial in four areas:*

1. *Situational Knowledge: Information that you have (or can collect) about the requirement for successful communication in a particular context is situational knowledge. You greatly improve your chance of successful communication if you know what is appropriate and expected of you.*
2. *Goal Setting: Each communication situation can be approached as a goal setting activity. You will be more likely to succeed in your communication if you set clear and appropriate goals of yourself.*
3. *Communication Competence: When you plan communication strategically, you choose a number of factors –such as type of message, type of channel, style of delivery- that demonstrate your understanding of the organization's values and needs. Communication competence also entails adapting correctly to situational demands. You will learn to make these choices consistently and correctly.*
4. *Anxiety Management: Jobs interviews, meetings with superiors and group problem-solving meeting are a few of the many situations that may cause anxiety of the job. Control of anxiety is a critical element in effective and strategic communication. You*

*can learn to keep your nervousness at a level that energizes your communication without destroying its effectiveness.*

Keempat komponen dari strategi komunikasi tersebut dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan kemampuan berkomunikasi dalam lingkungan yang bergerak sangat dinamis dan dalam semua konteks yang sedang dihadapi.

### III. METODE PENELITIAN

#### Penelitian Kualitatif

Crasweell dalam Bungin (2007:303) menguraikan beberapa asumsi dalam pendekatan kualitatif, yaitu: Pertama, peneliti kualitatif lebih memperhatikan proses daripada hasil. Kedua, peneliti kualitatif lebih memperhatikan interpretasi. Ketiga, peneliti kualitatif merupakan alat utama dalam mengumpulkan data dan analisis data serta peneliti kualitatif harus terjun ke lapangan, melakukan observasi partisipasi di lapangan. Keempat, penelitian kualitatif menggambarkan bahwa peneliti terlibat dalam proses penelitian, interpretasi data, dan pencapaian pemahaman melalui kata atau gambar. Terakhir, proses penelitian kualitatif bersifat induktif di mana peneliti membuat konsep, hipotesa, dan teori berdasarkan data lapangan yang diperoleh serta terus mengembangkannya di lapangan dalam proses "jatuh bangun"

#### Studi Kasus

Dalam khasanah keilmuan, studi kasus tergolong dalam metode ilmu-ilmu sosial. Sebagaimana dikatakan Yin (2002:1) studi kasus adalah salah satu metode penelitian ilmu-ilmu sosial di samping beberapa metode lain seperti eksperimen, survei, historis dan analisis informasi dokumenter (seperti dalam studi ekonomi). Berkaitan dengan penelitian ini, Irwanto dalam Bungin (2007:303) menjelaskan, studi yang menggunakan pendekatan kualitatif menggunakan khazanah empiris, seperti studi kasus, pengalaman pribadi, *life history*, wawancara, observasi, sejarah, interaksi dan teks visual maupun konten pesan yang menggambarkan rutinitas dan problematika serta makna kehidupan individu.

Mulyana (2010:201) mengatakan, studi kasus adalah uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program, atau suatu situasi sosial. Peneliti studi kasus berupaya menelaah sebanyak mungkin data mengenai subjek yang diteliti.

#### Teknik Pengumpulan Data

Sesuai dengan hakikat penelitian kualitatif, pengumpulan data dalam penelitian dapat dilakukan dengan melakukan berbagai teknik. Menurut Sugiyono (2013:62), teknik

pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Jika mengacu pada setting, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah, pada laboratorium dengan metode eksperimen, di rumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi, di jalan, dan lain-lain. Sementara bila dilihat dari sumber data, pengumpulannya dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti, sedangkan sumber sekunder merupakan sumber tidak langsung yang memberikan data kepada peneliti. Secara lebih konkret, teknik pengumpulan data dilakukan dengan jalan sebagai berikut: observasi, wawancara, dokumentasi, triangulasi data, penelusuran data online

#### Analisis Data

Analisis data dilakukan sejak masalah dirumuskan sampai pelaksanaan penulisan. Ini sesuai dengan pernyataan Nasution dalam Sugiyono (2013:89): Analisis telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian. Analisis data menjadi pegangan bagi peneliti selanjutnya sampai jika mungkin, teori yang *grounded*. Namun dalam penelitian kualitatif, analisis data lebih difokuskan selama proses lapangan bersamaan dengan pengumpulan data.

Langkah analisis diawali sejak proses pencarian sampai penulisan. Data-data tersebut diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Data disusun secara sistematis dengan cara mengorganisasikan ke dalam kategori, memasukan ke dalam unit-unit, sintesa, selanjutnya melakukan penyusunan ke dalam pola, memilih data yang penting dan yang akan dipelajari, hingga membuat kesimpulan agar dapat dipahami semua pihak termasuk peneliti.

#### Informan

Informan yang menjadi sumber dalam penelitian ini adalah Wakil Ketua DPD Partai Golkar Jawa Barat, Ali Hasan, Sekretaris DPD Partai Golkar Jawa Barat, Muhammad Qudrat (MQ) Iswara, Ketua DPD Partai Golkar Kota Bandung Deden Y Hidayat, Ketua DPD Partai Golkar Kabupaten Bandung, Hilman Sukiman, dan anggota Partai Golkar Kota Bandung, Dedi Junaedi

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini berlandaskan pada empat pertanyaan yang dikemukakan kepada para informan. Dalam pelaksanaan penelitian ditemukan bahwa para informan kurang memperhatikan komunikasi sebagai teori yang sangat berperan besar dalam mengantarkan

kemenangan di kontes pemilu. Hal ini tergambar sebagaimana jawaban dari para informan yang menegaskan bahwa komunikasi sudah menjadi bagian inheren dalam kampanye dan marketing politik, sehingga merasa tidak perlu menempatkannya sebagai bagian paling penting dalam menjalankan strategi menggelembungkan dukungan publik.

Pertanyaan pertama misalnya mengenai bagaimana strategi yang diterapkan Partai Golkar Jabar dalam menghadapi persaingan mengingat dalam persaingan dibutuhkan kemampuan pengetahuan mengenai situasi komunikasi? Para informan memberikan jawaban klise dengan menyebut bahwa para komunikator partai Golkar sudah paham mengenai situasi komunikasi yang akan dihadapinya saat kampanye dan merebut hati masyarakat. Pengetahuan tentang situasi komunikasi itu dipandang sebagai bagian integral manakala para kader mengikuti diklat yang diikuti seluruh kader partai. Dengan demikian, tidak perlu secara khusus menatakelola situasi komunikasi sebagai kekuatan yang menguntungkan para komunikator Partai Golkar.

Jawaban yang sama juga dikemukakan manakala menjawab pertanyaan kedua: Bagaimana strategi Partai Golkar Jabar dalam menggunakan media komunikasi sebagai saluran untuk menyampaikan pesan dan program partai? Para informan menegaskan bahwa media komunikasi sangat penting dalam menjalankan aksi dan strategi dalam menjaring suara publik. Bahkan jawaban lain mengemuka bahwa para kader partai Golkar sudah sangat melek dan menggunakan seluruh saluran media komunikasi untuk memperkenalkan program, visi, dan misi, serta nama kader yang bersangkutan kepada masyarakat luas.

Pada jawaban ketiga atas pertanyaan, bagaimana Partai Golkar Jabar menggunakan pesan politik yang diadopsi dari khasanah budaya lokal dan selaras dengan konteks budaya Jawa Barat? Para informan juga meyakinkan bahwa khasanah budaya lokal menjadi bagian dari upaya untuk menyimbolkan kehadiran partai di tengah masyarakat Jawa Barat. Sebagai buktinya ditekankan dengan menegaskan idiom kampanye yang menggunakan bahasa Sunda sebagai bukti bahwa Golkar sangat dekat dan erat dengan masyarakat Jawa Barat.

Sementara jawaban keempat dari pertanyaan bagaimana strategi Partai Golkar Jabar menghadapi persaingan dengan partai-partai baru yang memiliki program dan tokoh-tokoh yang lebih populer, beragam tanggapan muncul dari semua informan. Ada yang menyebut bahwa dengan pengalaman panjang dan kebiasaan bersaing dalam semua konteks politik, Golkar menghormati partai-partai pesaing. Jawaban lain juga mengemuka bahwa Golkar tidak gentar dengan program dan tokoh kaliber yang dikedepankan partai pesaing, karena Golkar

bukan sudah mereposisi diri menjadi partai kader dan bukan partai tokoh.

## **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

1. Strategi yang diterapkan Partai Golkar adalah dengan mengetahui dan memahami situasi komunikasi sebagai bagian integral dalam kemenangan.
2. Strategi penggunaan media komunikasi yang tepat untuk sosialisasi visi, misi dan program partai Golkar.
3. Partai Golkar menggunakan khazanah budaya lokal, misalnya menggunakan bahasa Sunda di Jawa Barat.
4. Partai Golkar tidak gentar dalam menghadapi persaingan dengan partai baru dengan menyiapkan kader yang baik.

### **Saran**

1. Penerapan konsep komunikasi yang baik agar selalu digunakan dalam kampanye partai.
2. Penggunaan khazanah budaya lokal perlu lebih ditingkatkan lagi intensitasnya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Buku Saku Anggota Partai Golkar 2004-2009.  
Bungin, Burhan.(2007). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada  
Mulyana, Deddy.(2010). *Metode Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Bandung, PT Remaja Rosda Karya.  
Purwanto.(2012). *Marketing Strategic, Meningkatkan Pangsa Pasar & Daya Saing\_Platinum*  
Sugiyono.(2013). *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung, Alfabeta  
UU RI Nomor 2 Tahun 2008, *Undang Undang Partai Politik 2008*  
Yin, Robert K.(2002). *Studi Kasus, Desain & Metode*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada  
<http://partaigolkar.or.id/Peraturan KPU>