

KOMUNIKASI POLITIK DAN CITRA PARTAI (STUDI PADA PARTAI GELOMBANG RAKYAT INDONESIA KABUPATEN SUMBAWA)

Joni Firmansyah¹, Aldi Apriansyah², Ninis Tri Leriska³

^{1, 2, 3} Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia

¹ Korespondensi Author e-mail: Joni.firmansyah@uts.ac.id

Diterima : 15032023

Direvisi: 24032023

Disetujui: 30032023

ABSTRACT

This study aims to analyze the political communication and political image conducted by Partai Gelora Kabupaten Sumbawa as a new party ahead of the 2024 Election. The research method used in this study is a literature review and in-depth interviews with several related sources. The data analysis method uses data triangulation techniques which are the data collection stage, the data reduction stage, and the data presentation stage to draw conclusions. The results show that Partai Gelora Kabupaten Sumbawa strives to show its identity and distinctiveness from its previous identity. Partai Gelora uses mass media, leadership figures, and party officials in an effort to build its political image. The findings of this study indicate that Partai Gelora Kabupaten Sumbawa prioritizes social media campaigns as a means of building its political image. Through this means, Partai Gelora understands that as a new party, identity and image are important in attracting public interest and introducing the party widely.

Keywords: Partai Gelora Kabupaten Sumbawa; Political Communication; Political Image.

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi politik dan citra politik yang dilakukan oleh Partai Gelora Kabupaten Sumbawa sebagai partai baru menjelang Pemilu 2024. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur dan wawancara mendalam dengan beberapa narasumber terkait. Metode analisis data menggunakan teknik triangulasi data yang tahap koleksi data, tahap reduksi data dan tahap penyajian data untuk ditarik menjadi kesimpulan. Data-data yang disajikan kemudian disesuaikan dengan kebutuhan peneliti dalam menganalisis masalah penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Partai Gelora Kabupaten Sumbawa berupaya menunjukkan identitas dan jati dirinya yang berbeda dari identitas sebelumnya. Partai Gelora menggunakan media massa dan ketokohan serta figuritas dari pengurus partainya sebagai upaya membangun citra politiknya. Temuan di dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Partai Gelora Kabupaten Sumbawa mengutamakan kampanye media sosial sebagai sarana membangun citra politiknya. Melalui sarana tersebut, Partai Gelora memahami sebagai partai baru, identitas dan citra menjadi penting untuk menarik minat publik dan memperkenalkan partai secara luas.

Kata kunci: Partai Gelora Kabupaten Sumbawa, Komunikasi Politik, Citra Politik.

PENDAHULUAN

Kehadiran partai politik merupakan perwujudan dari hadirnya sarana komunikasi antara masyarakat dan negara. Partai politik menjadi wadah aspirasi dan partisipasi warga negara untuk turut serta dalam pengambilan keputusan dan kebijakan negara. Keikutsertaan warga negara di dalam politik mengindikasikan kesadaran masyarakat yang menilai bahwa politik menjadi bagian tidak terpisahkan dalam kehidupan mereka dan memberikan dampak bagi lingkungannya. Miriam Budiardjo (2013) menyebutkan bahwa partai politik adalah sebuah kelompok mandiri yang terdiri dari warga negara dengan tujuan untuk ikut serta dalam pemilihan umum dan bersaing untuk mengambil kendali atas pemerintahan dengan memegang jabatan publik dan mengontrol organisasi pemerintah. Dalam garis besar, partai politik adalah sebuah kelompok terstruktur dengan anggota yang memiliki tujuan, nilai, dan aspirasi yang sama. Kelompok ini memiliki maksud untuk mendapatkan kekuasaan politik dan memenangkan posisi politik untuk menerapkan kebijakan-kebijakan mereka, baik secara legal maupun ilegal.

Dalam mencapai cita-cita politik tersebut, partai politik kemudian beralih peran tidak hanya sebagai wadah aspirasi politik, namun juga berperan sebagai komunikator politik. Zaenal Mukarom, (2016) menyatakan dalam teori komunikasi, peran penting dalam penyampaian pesan adalah dimainkan oleh komunikator. Komunikator harus memahami karakteristik penerima pesan serta respons dan dampak yang diharapkan untuk menciptakan komunikasi yang efektif. Beberapa penelitian terdahulu sudah cukup banyak mengulas mengenai komunikasi politik dan citra politik. Sebagaimana yang dilakukan oleh Syarifuddin (2015) yang berjudul Komunikasi Politik Bermedia dan Penggunaannya oleh Masyarakat (Survey pada Masyarakat Palopo Sulawesi Selatan Tentang Kampanye Pilpres 2014). Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji fenomena penggunaan media dalam komunikasi politik oleh masyarakat konstituen dalam kampanye Pilpres 2014, dengan fokus pada masyarakat di Palopo, Sulawesi Selatan. Penelitian ini menggunakan metode survei untuk mengetahui bagaimana masyarakat menggunakan media dalam kampanye tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat aktif dalam penggunaan media dan melakukan seleksi terhadap media dan isinya. Terdapat berbagai jenis media yang digunakan dan terjadinya fenomena penggunaan media yang beragam, yang dapat dikaitkan dengan teori uses and gratification. Hal ini mengindikasikan adanya justifikasi bagi kebenaran asumsi model tersebut.

Penelitian berikutnya dilakukan oleh Suryani, n.d. (2019) yang berjudul Komunikasi Politik: Asal Usul Dan Konsepsi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan secara rinci mengenai metode komunikasi politik sebagai alat penelitian ilmu politik, dari asal usul hingga perkembangan terkini, serta mempertimbangkan berbagai perspektif teoritis dan perdebatannya. Namun, penelitian ini tidak hanya bertujuan sebagai ensiklopedia, melainkan juga membahas berbagai perspektif dan kritik secara teoritis. Dengan menggunakan pendekatan sejarah ide dan kritik, penelitian ini bertujuan untuk mencapai kesimpulan yang substansial dalam menganalisis alat komunikasi politik dalam konteks momentum dan fenomena politik secara umum.

Selanjutnya, penelitian yang dikemukakan Fransiska Hia & Siahaan, n.d. (2021) yang berjudul Komunikasi Politik di Era Digital. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa komunikasi politik di era internet mengalami dinamika perubahan yang menarik yang perlu diteliti lebih lanjut oleh para peneliti komunikasi politik saat ini dan di masa depan. Beberapa aspek penting yang harus dibahas dalam penelitian tersebut adalah: Pertama, sifat media baru seperti internet mempengaruhi perubahan pola komunikasi yang lebih langsung, lebih murah, lebih cepat, lebih interaktif, dan lebih politis. Pada awalnya, komunikasi politik yang terdesentralisasi bersifat sepihak dalam dua arah, terurai dari atas ke bawah, elit ke non-elit. Kedua, sifat baru dari internet dapat membawa perubahan positif dalam proses komunikasi politik dan memberikan media alternatif bagi publik untuk mengungkapkan pendapat secara lebih terbuka dan bebas. Meskipun demikian, penelitian menunjukkan bahwa komunikasi politik online juga memiliki hambatan baru yang tidak ditemukan dalam proses komunikasi politik tradisional. Ketiga, kemungkinan dan tantangan komunikasi politik online telah memunculkan berbagai pandangan optimis dan pesimistis terhadap internet, serta pemikiran dan solusi teoritis baru bagi para peneliti komunikasi politik, khususnya dalam mengatasi berbagai masalah politik.

Penelitian terkait partai-partai baru yang ada di Indonesia menjelang Pemilu 2024, masih sangat minim. Oleh karena itu, berbeda dengan penelitian terdahulu, penelitian ini mencoba untuk menganalisis fenomena politik yang ada di Partai Gelora, sebagai salah satu partai “baru” tersebut. Kebaruan penelitian ini terletak pada *locus* penelitian yang berangkat dari kondisi politik lokal sebagai salah satu cerminan kondisi partai tersebut pada tataran pusat. Umumnya, partai-partai yang telah hadir terlebih dahulu, membangun citra dan komunikasi politiknya melalui media massa, *tagline*, *jargon* dan lainnya. Sementara dalam penelitian ini, *locus* studi lebih mengarah kepada peran kader, simpatisan dan figuritas yang

menjadi motor penggerak partai. Sehingga, kebaruan penelitian ini mengarah kepada kekuatan figur dibandingkan dengan dominasi media massa tersebut.

Salah satu partai politik yang mencoba hadir sebagai wadah aspirasi politik dan terus berupaya untuk mencoba membangun citra (*image*) adalah Partai Gelombang Rakyat Indonesia (Partai Gelora), khususnya yang berada di Kabupaten Sumbawa. Memilih partai tersebut menjadi penting lantaran rekam historis partai tersebut yang merupakan pecahan (*fragment*) dari Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Oleh karena itu, Partai Gelora kemudian dinahkodai oleh politisi-politisi ternama dengan rekam jejak politik yang jauh lebih lama dibandingkan usia Partai Gelora sendiri.

Tabel.1. Daftar Nama Politisi PKS di Partai Gelora

No	Nama	Jabatan
1	Muhammad Anis Matta	Ketua Umum Partai Gelora dan sebelumnya pernah menjabat sebagai Presiden PKS
2	Fahri Hamzah	Menjadi wakil ketua dari Partai Gelora dan sebelumnya bertugas di Komisi VI yang menangani masalah perdagangan, perindustrian dan inovasi
3	Mahfudz Siddiq	Sekretaris Jendral Partai Gelora dan sebelumnya menjabat sebagai Ketua Fraksi PKS DPRD tahun 2009-2014
4	Ahmad Riyaldi	Bendahara Umum Partai Gelora sebelumnya menjabat sebagai Anggota Majelis Pertimbangan PKS priode 2009-2004
5	Triwisaksana	Majelis Permusyawaratan Nasional Partai Gelora dan sebelumnya anggota Majelis Syuro PKS

Sumber: CNN Indonesia, disadur oleh Ninis Tri Leriska, (2023)

Memilih Partai Gelora sebagai objek penelitian ini tentunya disebabkan oleh beberapa alasan. *Pertama*, Partai Gelora merupakan sebuah partai hasil fragmentasi Partai Keadilan Sejahtera. Pada tabel 1 diatas, terlihat beberapa politisi PKS melakukan migrasi ke Partai Gelora yang kemudian menduduki posisi-posisi strategis. Menjadi sebuah diskursus yang menarik terkait bagaimana sebuah partai baru yang berasal dari partai kader menjalankan upaya-upaya untuk menarik simpati masyarakat, bahkan mungkin simpatisan pada partai sebelumnya. Sebagai sebuah partai baru, Partai Gelora kemudian dihadapkan pada beberapa pekerjaan rumah yang harus diselesaikan: membangun *image* atau citra yang baru, membangun relawan, tim pemenang dan penguatan mesin partai, serta yang paling sulit menurut peneliti adalah membangun kepercayaan (*trust*) bagi kader dan simpatisan partai sebelumnya. Hal ini kemudian menjadi diskursus yang patut dan layak untuk diulas di dalam penelitian ini.

Nurhasim (2013) dalam Barokah et al., (2022) menggambarkan Keberadaan perbedaan dan perselisihan dalam tubuh partai politik seringkali memicu anggota partai untuk keluar

dan membentuk partai baru. Terjadinya perpecahan partai cenderung meningkat pada jenis partai catch all, di mana partai mengandalkan figur individu dan organisasi parpol terganggu oleh perselisihan di antara tokoh-tokoh yang berpengaruh di dalamnya. Konflik internal dalam partai dipengaruhi oleh kekuatan tokoh yang memainkan peran penting sebagai penggerak partai. Hal ini mengarah pada personalisasi partai yang pada akhirnya mengubah manajemen partai menjadi lebih tradisional. Kekuasaan ketua umum partai sangat menentukan bentuk dan isi kepengurusan partai. Sebagai contoh, ketika Jusuf Kalla menjabat sebagai ketua umum Partai Golkar, hampir semua kerabatnya memegang posisi strategis dalam partai tersebut.

Kedua, faktor figuritas atau elit-elit Partai Gelora yang menonjol dan dominan. Sebagaimana yang telah diulas sebelumnya, Anis Matta merupakan mantan Presiden PKS yang kemudian hijrah dan membentuk partai baru. Hal ini mengakibatkan munculnya *party switching* di kalangan kader, untuk memilih antara PKS atau Partai Gelora. Di dalam PKS sendiri, definisi “*qiyadah wal jundiyah*” atau “*antara pemimpin dan yang dipimpinnya*” sangat kuat, kental dan mengakar. Hal ini menimbulkan pertanyaan terkait komunikasi-komunikasi yang dibangun oleh Partai Gelora untuk menjembatani *party switching* tersebut. Di Kabupaten Sumbawa, figuritas Fahri Hamzah sebagai mantan anggota DPR RI 3 periode memberikan warna tersendiri dalam membangun komunikasi-komunikasi politik tersebut. Sehingga citra Fahri Hamzah, kemudian diadaptasi menjadi citra partai itu sendiri. Kekuatan figuritas inilah yang kemudian direpresentasikan oleh Partai Gelora sebagai pesan-pesan politik untuk membangun citra partai.

Upaya Partai Gelora, khususnya di Kabupaten Sumbawa yang menjadikan fragmentasi dan figuritas sebagai pesan politik dapat dikatakan seimbang. Menurut (Hkikmat, 2022) dalam demokrasi, komunikasi politik menjadi lebih terbuka dan interaktif, dengan adanya komunikasi dua arah. Meskipun penyelenggara pemerintahan negara termasuk dalam suprastruktur politik, mereka tidak menjadi komunikasi politik karena pendekatan mereka lebih bersifat sirkuler. Mereka menjadi partisipan politik yang pertama, sementara warga negara sebagai partisipan politik kedua. Oleh karena itu, keduanya memiliki posisi yang sama dalam menyampaikan pesan politik.

Kehadiran Partai Gelora di Kabupaten Sumbawa, dapat dianalisis dengan beberapa pendekatan, dalam upaya mereka meningkatkan citra partai melalui komunikasi politik. Untuk menjelaskan hal tersebut, pendekatan komunikasi politik menjadi variabel utama di dalam diskursus ini. Secara garis besar, strategi komunikasi politik meliputi serangkaian tindakan untuk menyampaikan, menyebarluaskan, menerima, dan mempengaruhi informasi politik, baik melalui interaksi manusia maupun media massa. Sasaran dari strategi komunikasi politik ini berbeda-beda

tergantung pada pesan politik yang ingin disampaikan oleh komunikator politik. Tujuan dari komunikasi politik juga dapat berupa penyampaian informasi politik, pembentukan citra politik, atau pembentukan opini publik. Selain itu, komunikasi politik juga berupaya untuk mempengaruhi khalayak agar terlibat lebih aktif dalam proses politik, khususnya dalam pemilihan umum. Dalam hal ini, strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh seorang caleg akan sangat menentukan kesuksesannya dalam pemilihan umum. (Alfiyani, n.d.,2018)

Thomas Tokan Pureklolon (2016) menjelaskan komunikasi politik adalah fokus utama dalam kajian politik karena pesan-pesan yang disampaikan melalui komunikasi memiliki unsur politik yang berkaitan dengan kekuasaan politik negara. Komunikasi politik dapat dipandang dari dua dimensi, yaitu sebagai kegiatan politik dan kegiatan ilmiah. Sebagai kegiatan politik, komunikasi politik terjadi ketika aktor-aktor politik menyampaikan pesan politik kepada pihak lain, yang sering kali terlihat secara empiris dalam kehidupan sosial. Namun, komunikasi politik juga dapat dilihat sebagai bentuk kegiatan ilmiah yang mempelajari komunikasi politik sebagai salah satu jenis kegiatan politik.

Budaya politik dan sosialisasi politik tak terpisahkan dari komunikasi politik. Jika membahas tentang keduanya, pasti akan berkaitan dengan komunikasi politik. Sebab itu, komunikasi politik menjadi bagian integral dari fungsi sosialisasi dan budaya politik. Dalam analisis sistem politik, fokus utamanya adalah struktur-struktur yang menjalankan fungsi politik, termasuk bagaimana komunikasi politik dilakukan (Muchtar et al., 2016).

Budiardjo (2005) dalam Muchtar (2016) menjelaskan bahwa ada lima model struktur yang melakukan komunikasi politik. Model pertama adalah komunikasi tatap muka yang bersifat informal dan merupakan bentuk utama dari komunikasi politik. Model kedua adalah struktur sosial non-politis seperti keluarga, kelompok ekonomi atau keagamaan. Model ketiga adalah struktur input politik seperti partai politik, organisasi kepentingan, atau masyarakat sipil. Model keempat adalah struktur output politik seperti lembaga eksekutif, legislatif, dan birokrasi. Model kelima adalah media massa seperti surat kabar, harian mingguan, radio dan televisi. Setiap model struktur yang melaksanakan fungsi komunikasi memiliki peran masing-masing dan sulit untuk mengatakan bahwa salah satu lebih penting daripada yang lain.

Pendekatan berikutnya untuk menjelaskan Partai Gelora di Kabupaten Sumbawa adalah upaya mereka dalam meningkatkan citra politiknya. Dalam zaman yang ditandai dengan perkembangan pesat di bidang informasi dan komunikasi saat ini, iklan politik menjadi sarana untuk memperkenalkan identitas, karakter, dan pandangan partai politik kepada masyarakat (Kahar, 2014). Upaya pemasaran tokoh politik melalui media massa merupakan tindakan yang diterima

oleh masyarakat. Hal ini terutama karena populasi Indonesia yang tersebar secara geografis dan demografis, sehingga sulit bagi para politisi untuk mengunjungi setiap daerah secara langsung. Media massa menjadi jembatan untuk menghubungkan para politisi dengan calon konstituen. Selain memperkenalkan diri kepada masyarakat, media massa juga berfungsi sebagai saluran untuk mempengaruhi opini publik (Haryati et al., n.d., 2014)

Berdasarkan kedua pendekatan diatas, penelitian ini mencoba untuk menjelaskan bagaimana Partai Gelora Kabupaten Sumbawa membangun komunikasi politik serta citra politiknya untuk dapat bersaing dengan partai lainnya. Sebagai sebuah partai yang baru berdiri, kedua poin ini penting untuk mendapatkan *trust* atau kepercayaan dari pemilih, mengingat perhelatan Pemilu 2024 akan segera terlaksana.

METODOLOGI

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah deskriptif-kualitatif. Seperti halnya penelitian kualitatif pada umumnya, data dijelaskan dalam bentuk naratif yang diperoleh dari informan kunci, kemudian dianalisis dan dikategorikan sesuai keperluan penelitian. Tujuan dari penelitian kualitatif adalah memperoleh pemahaman mengenai fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain sebagainya, dengan pendekatan holistik dan deskripsi verbal dalam konteks alamiah dengan menggunakan berbagai metode alamiah (Lexy J. Moleong, 2018).

Penelitian dengan metode kualitatif bertujuan untuk mengetahui bagaimana Partai Gelora Kabupaten Sumbawa dalam membangun komunikasi politik untuk menghadirkan citra politik bagi pemilih dan relawan mereka yang sebelumnya merupakan bagian dari Partai Keadilan Sejahtera. Selain itu, keikutsertaan Partai Gelora dalam setiap agenda politik di Kabupaten Sumbawa menjadi upaya mereka untuk eksis dan dikenal oleh pemilih menjelang perhelatan Pemilu 2024.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara mendalam (indept interview) dan dokumentasi. Observasi dilakukan sepanjang kegiatan-kegiatan Partai Gelora Kabupaten Sumbawa, baik keikutsertaan mereka dalam pemilu kepala daerah, maupun agenda-agenda lainnya. Sementara metode wawancara mendalam ditujukan kepada narasumber kunci (key informan) yang berasal dari internal Partai Gelora, Akademisi, Tokoh Masyarakat bahkan internal Partai Keadilan Sejahtera (PKS) agar data yang diperoleh berbobot dan seimbang. Data-data ini kemudian diklasifikasikan sebagai data primer, sekunder dan data pendukung. Kemudian data tersebut dikelompokkan sesuai dengan kebutuhan penelitian untuk dianalisis guna memperoleh hasil penelitian.

PEMBAHASAN

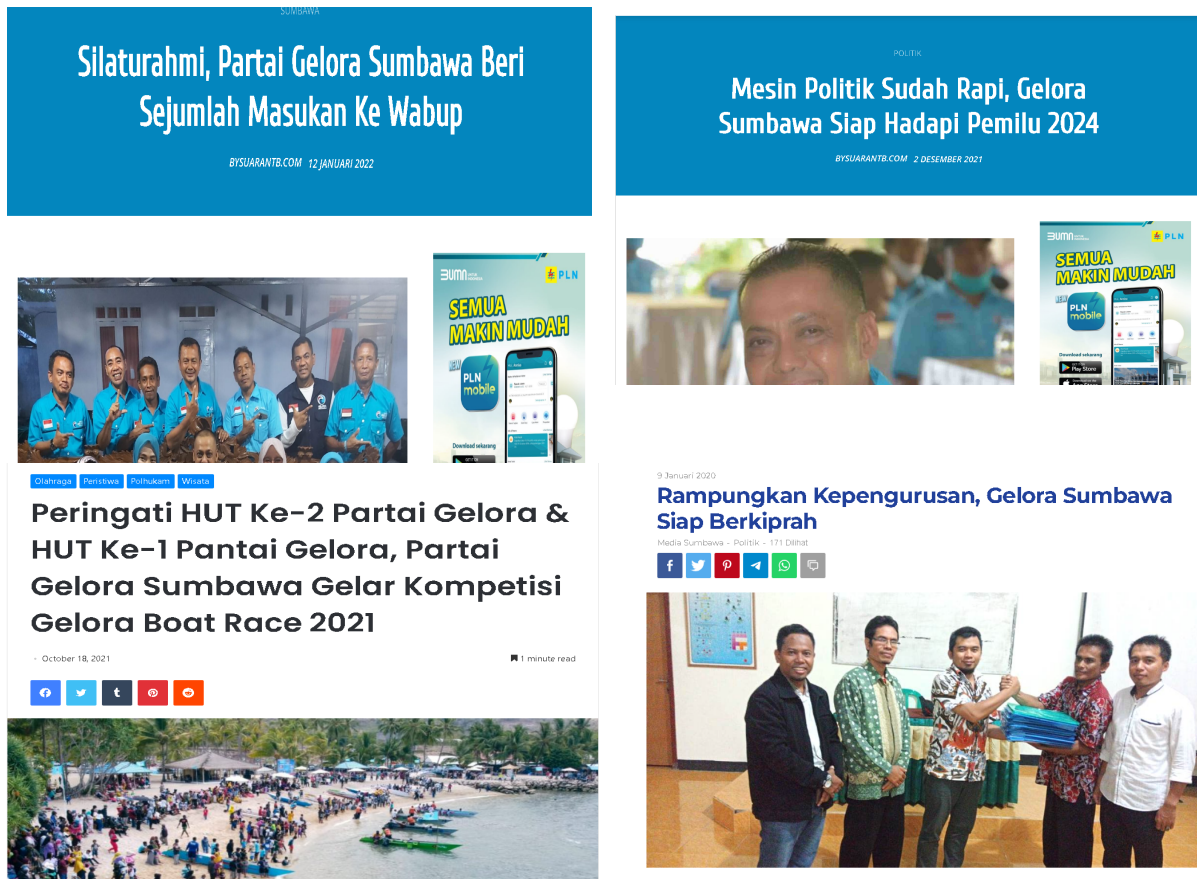
Komunikasi Politik Partai Gelora Kabupaten Sumbawa

Sebagai sebuah partai baru, Partai Gelora mempersiapkan dirinya dalam Pemilu 2024 yang sebentar lagi akan terselenggara. Dalam hal ini, Partai Gelora membangun komunikasi politiknya melalui dua pendekatan: *pertama*, publisitas di media dan *kedua*, figuritas. Pembangunan komunikasi politik ini kemudian menjadi penting, lantaran hal ini bertujuan dalam membentuk identitas. Tuntutan dalam dunia politik mendorong partai politik untuk membentuk identitas yang membedakan dirinya dari partai politik lain. Identitas yang unik dapat membantu partai politik untuk lebih dikenal oleh masyarakat, dan hal ini menjadi sangat penting untuk membedakan partai politik satu dengan yang lain. Oleh karena itu, Partai Gelora perlu mengembangkan strategi yang efektif untuk memperoleh dukungan publik dan mencapai ambang batas parlementer pada Pemilihan Umum Serentak tahun 2024 (Widyana, 2022).

Publisitas Media Massa

Pendekatan *pertama* yang dilakukan oleh Partai Gelora Kabupaten Sumbawa adalah membangun komunikasi politiknya melalui beragam publikasi di media, baik media-media konvensional maupun media elektronik. Pemberitaan mengenai Partai Gelora tersebut terus digaungkan sebagai upaya pembentukan opini, citra politik maupun pembentukan identitas partai. Dalam hal ini, pemberitaan terkait Partai Gelora Kabupaten Sumbawa, belum dapat diukur mengingat keikutsertaan mereka dalam pemilu belum teruji. Sehingga, hingga saat ini, upaya pemberitaan melalui media-media tersebut terbatas pada strategi publikasi dini dan hanya sebagai upaya menunjukkan eksistensinya semata.

Dalam membangun komunikasi politiknya, Partai Gelora menitikberatkan pesan-pesan politiknya pada aspek budaya politik dan sosialisasi politik. Dalam hal ini, Partai Gelora kemudian melibatkan dirinya dalam beragam kegiatan, baik kegiatan sosial maupun kegiatan politik itu sendiri. Hal ini terlihat dari keikutsertaan Partai Gelora sebagai partai pendukung pada Pemilu Kepala Daerah Sumbawa 2020. Partai Gelora turut aktif menempatkan kadernya sebagai calon wakil bupati dan membangun komunikasi melalui pesan-pesan politik yang komunal dan egaliter.



Gambar 1. Pemberitaan Partai Gelora Kabupaten Sumbawa

Tabel 2. Nama Pasangan Calon Kepala Daerah Kabupaten Sumbawa 2020

No	Nama	Partai Pengusung
1.	H. M. Husni Djibril, B.Sc dan DR. H. Muhammad Ikhsan, M.Pd	PKB, PDIP, dan PAN
2.	Nurdin Ranggabarani, SH., MH., dan H. Burhanuddin Jafar Salam, SH. MH	PPP, Partai Demokrat dan Partai Gelora
3.	Ir. Talifuddin, M.Si., dan Sudirman, S.IP	Paslon perseorangan ini mengantongi 30.223 dukungan
4.	Drs. H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany, S.Pd, M.Pd	Golkar, Nasdem, PKS
5.	Ir. H. Syarafuddin Jarot, M.P dan Ir. H. Mokhlis, M.Si	Gerindra, Berkarya, Hanura, dan PKPI

Sumber: diolah oleh peneliti, 2023

Melihat rekam jejak dan aktualisasi yang dilakukan oleh Partai Gelora, pendekatan yang dilakukan melalui media massa dan keikutsertaan dalam pemilu mengindikasikan beberapa hal. *Pertama*, komunikasi politik yang dibangun oleh Partai Gelora Kabupaten Sumbawa mencoba memperlihatkan partai tersebut sebagai partai kolaboratif, terbuka dan inklusif. Mereka mencoba membangun *image* bahwa Partai Gelora adalah partai yang

modern, dan mampu menyesuaikan diri sesuai dengan perkembangan inovasi dan teknologi. *Tagline* yang disuarakan di Kabupaten Sumbawa, yakni *Barema Jatu Samawa* atau Bersama Membangun Sumbawa memberikan penegasan bahwa Partai Gelora merupakan partai yang dinamis dan holistik.

Upaya-upaya tersebut merupakan bagian dari agenda sosialisasi politik untuk menarik simpati masyarakat. Komunikasi politik yang dilakukan melalui media massa tersebut diharapkan dapat berdampak pada suara elektoral partai. Dalam hal ini, Partai Gelora memiliki banyak pekerjaan rumah yang harus diselesaikan hingga 2024, diantaranya adalah membangun jaringan relawan dan tim pemenangan, struktur partai politik, citra dan *image* partai, penguatan modal politik, sosial dan ekonomi serta identifikasi pemilih dan simpatisan. Keseluruhan hal tersebut diupayakan dapat ditempuh melalui diskursus komunikasi politik sebagai arena sosialisasi politik.

Kedua, upaya komunikasi politik Partai Gelora melalui media massa dapat dianalisis sebagai upaya menjembatani opini dan mengenalkan identitas, jati diri dan sosok kelompok politik. Adapun “kelompok politik” yang dimaksud disini adalah dikotomi antara Partai Gelora sebagai bagian dari pecahan Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Kelompok politik ini kemudian menegaskan bahwa ada “pesan politik” yang perlu dipahami oleh pemilih dan konstituen bawah gerbong politik kedua partai ini sudah berbeda. Meskipun, hingga saat ini belum ada penelitian-penelitian lainnya yang dapat menunjukkan kecenderungan perbedaan dari visi, misi dan karakter dari kedua partai ini. Masing-masing diantaranya, hanya “terikat” pada rekam historis, dimana kader-kader partai ini merupakan bagian dari ideologi Islam dan nasionalisme.

Figuritas dan Ketokohan

Ketokohan Fahri Hamzah di Partai Gelora Kabupaten Sumbawa menjadi salah satu sumber kekuatan politik, yang berperan dalam membentuk citra dan *image* partai. Kehadiran figuritas dan ketokohan dalam partai politik dapat memberikan dampak yang besar pada kesuksesan atau kegagalan dalam memperoleh dukungan publik serta kemenangan dalam pemilihan umum. Seorang figuritas politik ialah individu yang memiliki popularitas, keahlian, atau rekam jejak yang terkenal di masyarakat. Ketokohan dan figuritas politik mampu memainkan peran yang penting dalam membangun dukungan politik serta membawa citra positif atau negatif ke dalam partai. Ketokohan atau figuritas yang dikenal dan memiliki reputasi yang baik dapat membantu partai politik untuk memperoleh dukungan publik dan memperluas basis pemilih, sedangkan figuritas atau ketokohan yang kontroversial atau memiliki rekam jejak yang buruk dapat merusak citra partai politik dan mengurangi dukungan publik.

Kekuatan figur dari Partai Gelora Kabupaten Sumbawa menjadi salah satu upaya yang dinilai paling berpengaruh terhadap eksistensi dari partai tersebut. Dalam hal ini, penting untuk dicatat bahwa ketokohan dan figuritas politik bukanlah satu-satunya faktor yang menentukan keberhasilan sebuah partai politik. Program, visi, dan agenda partai juga memainkan peran penting dalam memenangkan dukungan publik. Namun, kehadiran figuritas dan ketokohan dalam partai politik dapat membantu partai tersebut dalam memperoleh eksposur dan mendapatkan dukungan publik.

“Kompetensi Partai Gelombang Rakyat bagus dikarenakan Partai Gelora, khususnya Nusa Tenggara Barat selalu menggunakan ketokohan figur. Salah satu figur yang sudah malang melintang dan sudah pernah menjadi pimpinan DPRD yaitu saudara Fahri Hamzah yang sudah mempunyai basis yang kuat di Sumbawa yang sudah memiliki kompetensi, pengalaman dalam pemilihan legislatif. Untuk saat ini, Partai Gelora cukup mengakar, mulai banyak dibicarakan dan menjadi basis yang di garap pada level daerah” (Wawancara bersama Ardiansyah, Pengamat Politik Lokal, 6 Januari 2023)

Sejak pertama kali, Fahri Hamzah telah aktif dalam mengenalkan Partai Gelora pada masyarakat melalui kegiatan publik dan media sosial. Dia kerap berbicara mengenai visi dan misi partai serta memberikan pandangan dan komentar mengenai isu politik dan sosial yang sedang terjadi di Indonesia. Fahri Hamzah juga terkenal sebagai sosok yang tegas dalam memperjuangkan hak-hak rakyat, termasuk dalam isu korupsi dan pelanggaran hak asasi manusia.

Dalam Partai Gelora, Fahri Hamzah dianggap sebagai figur politik yang memiliki pengaruh besar dalam memperkuat citra partai. Kehadirannya membawa reputasi yang kuat dan menarik perhatian dari media dan publik. Di beberapa kesempatan, Fahri Hamzah telah membantu Partai Gelora dalam meraih dukungan publik serta memperoleh perhatian masyarakat terhadap program dan visi partai.

Upaya Partai Gelora dalam Membangun Citra Politiknya

Sebagai sebuah partai baru, Partai Gelora Kabupaten Sumbawa memiliki pekerjaan rumah yang cukup banyak untuk membangun citra partainya agar sejalan dengan keinginan masyarakat, disukai oleh publik dan dapat dipilih pada saat gelaran pemilihan umum. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Kahar (2014) sebelumnya, citra politik merujuk pada upaya menampilkan jati diri dan identitas partai, membangun persepsi publik, membuat iklan politik serta upaya lainnya untuk memperkenalkan partai. Dalam hal ini, Partai Gelora Kabupaten Sumbawa juga melakukan beberapa hal untuk menunjukkan citra partai tersebut.

Pertama, Partai Gelora Kabupaten Sumbawa menentukan identitas dirinya sebagai partai yang inklusif, terbuka dan transparan. Sebagai partai politik yang menjadi pecahan dari partai lainnya, tentunya Partai Gelora mengusung identitas baru yang berbeda dari pendahulunya. Partai Gelora dan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) memiliki beberapa perbedaan dalam hal pandangan politik. Meskipun Partai Gelora kerap diidentifikasi sebagai partai Islam, namun Partai Gelora menekankan pada nilai-nilai pluralisme dan kemajemukan, sedangkan PKS memiliki pandangan yang lebih konservatif dalam hal ini.



Gambar 2. Poster Kegiatan Partai Gelora Kabupaten Sumbawa

Melalui publikasi dan poster-poster di media massa, Partai Gelora mencoba menghadirkan pesan-pesan politik yang dapat dianalisis sebagai upaya “pembeda” dengan identitas sebelumnya. Sebut saja *tagline* “Arah Baru Indonesia” atau “Ayo MoveOn” yang kemudian menjadi identitas baru Partai Gelora. Beberapa gestur tubuh dengan menampilkan ibu jari dan jari telunjuk secara bersamaan dalam foto-foto kegiatan partai, menjadi upaya Partai Gelora untuk hadir dengan identitasnya sendiri dan berbeda dari “jati diri” sebelumnya.

Kedua, membangun komunikasi politik melalui sarana media massa. Dalam hal ini, Partai Gelora Kabupaten Sumbawa begitu *concern* terhadap citra partai melalui media massa. Kanal media massa tersebut dinilai sangat efektif dalam menyebarkan informasi partai, menunjukkan identitas dan jati diri partai serta dalam rangka membangun citra politiknya. Dengan memberikan laporan positif dan mempromosikan kegiatan positif partai politik, media massa bisa membantu meningkatkan citra positif partai tersebut. Hal ini berpotensi untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat bagi partai politik tersebut.

“Karena Partai Gelora Sumbawa belum memiliki keterwakilan di parlemen, komunikasi yang dibangun antara partai dan konstituen dilakukan melalui media-media massa. Hal ini menjadi penting, untuk memperkenalkan partai dengan lebih luas. Dengan

biaya yang murah dan pesan-pesan politik yang kreatif, saya rasa ini cukup baik untuk dilakukan” (Wawancara bersama Burhanuddin Jafar Salam, 4 Januari 2023)

Citra politik yang dibangun melalui media massa tersebut tentunya belum dapat dibuktikan saat ini, mengingat perhelatan pemilu sebagai alat ukur kerja politik peserta pemilu belum diselenggarakan. Sehingga, belum dapat disimpulkan bahwa upaya yang dilakukan oleh Partai Gelora Kabupaten Sumbawa berhasil atau tidak. Meskipun demikian, media massa dapat membantu partai politik dengan mengembangkan kampanye yang kreatif dan inovatif. Melalui kampanye yang kreatif tersebut, partai politik bisa menarik perhatian dan dukungan dari masyarakat serta meningkatkan peluang untuk memenangkan pemilu.

Dengan memperhatikan beberapa hal diatas, Partai Gelora Kabupaten Sumbawa telah berupaya untuk menjalankan tugas dan fungsinya sebagai partai baru dalam rangka meningkatkan elektabilitasnya menjelang pemilihan umum tahun 2024. Di Kabupaten Sumbawa sendiri, kehadiran Partai Gelora disambut cukup baik mengingat hadirnya ketokohan Fahri Hamzah sebagai salah satu penunjang popularitas partai. Selain dari faktor-faktor diatas, komunikasi politik yang dibangun oleh Partai Gelora mencoba untuk menghadirkan partai tersebut sebagai partai dengan identitas yang baru dan berbeda dari sebelumnya.

KESIMPULAN

Komunikasi politik yang dibangun oleh Partai Gelora di Kabupaten Sumbawa untuk membentuk citra partai tersebut, dapat dikatakan berhasil. Hal ini ditunjukkan dengan soliditas relawan, publikasi media massa dan dominasi figuritas yang kemudian membangun partai tersebut untuk berbeda dari “pendahulunya”. Faktor lainnya dapat terlihat dari upaya partai dalam membangun image atau citra yang baru, membangun relawan, tim pemenangan dan penguatan mesin partai, serta membangun kepercayaan bagi kader dan simpatisan partai sebelumnya. Kehadiran partai Gelora, cenderung disebabkan oleh perbedaan dan perselisihan dalam tubuh partai politik yang seringkali memicu anggota partai untuk keluar dan membentuk partai baru.

Dalam membangun komunikasi dan citra politiknya, faktor figuritas atau kehadiran elit-elit yang menonjol dan dominan juga menjadi salah satu hal yang diunggulkan. Upaya membangun komunikasi politik dilakukan melalui beragam publikasi di media, baik konvensional maupun elektronik. Pemberitaan tersebut dilakukan untuk membentuk opini, citra politik, dan identitas partai. Namun, upaya ini masih terbatas pada strategi publikasi dini

dan hanya menunjukkan eksistensi semata karena keikutsertaan mereka dalam pemilu belum teruji.

Selanjutnya, upaya komunikasi politik Partai Gelora melalui media massa dapat dianalisis sebagai upaya untuk menjembatani opini dan mengenalkan identitas, jati diri, dan sosok kelompok politik. Kelompok politik yang dimaksud adalah Partai Gelora sebagai bagian dari pecahan PKS, yang menegaskan ada pesan politik yang perlu dipahami oleh pemilih dan konstituen. Namun, belum ada penelitian lain yang menunjukkan perbedaan visi, misi, dan karakter dari kedua partai ini. Kekuatan figur dari Partai Gelora Kabupaten Sumbawa menjadi salah satu faktor yang dinilai paling berpengaruh terhadap eksistensi partai tersebut. Namun, program, visi, dan agenda partai juga memainkan peran penting dalam memenangkan dukungan publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyani, N. (2018). *MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK*. <https://journal.iain-manado.ac.id/index.php/PP/article/view/762/0>
- Barokah, F., Maryanah, T., Darmastuti, A., & Hertanto, H. (2022). Disrupsi Politik. *Nakhoda: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 21(1): 1–13. <https://doi.org/10.35967/njip.v21i1.273>
- Fransiska Hia, E., & Siahaan, C. (2021). KOMUNIKASI POLITIK DI ERA DIGITAL. *Humantech : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(1): 6–18. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/humantech/article/view/774>
- Hkikmat, M. M. (2022). *KOMUNIKASI POLITIK PEMERINTAH DALAM MENGEMAS PESAN KEBIJAKAN EKSISTENSI TENAGA KERJA NON-ASN UNTUK PENGUATAN LAYANAN PUBLIK (Government Political Communication In Packaging the Policy Message for the Existence of Non-State Civil Apparatus Workers for Strengthening Public Service)*, 11(2)
- Kahar, S. (2014). PENCITRAAN POLITIK PARTAI NASDEM MELALUI IKLAN DI TELEVISI. *Political Image of Nasdem Party Through Advertising On Television. Suyatno Kahar JURNAL HUMANITY*, 72–84. <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/humanity/article/view/2395>
- Lexy J. Moleong. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Miriam Budiardjo. (2013). *Dasar-Dasar Ilmu Politik* (Edisi Revisi). PT. Gramedia Pustaka.
- Muchtar, K., Sunan, U., & Djati Bandung, G. (2016). Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai. In *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2).
- Ninis Tri Leriska. (2023). *Strategi Komunikasi Partai Gelombang Rakyat Indonesia (Gelora) Dalam Meningkatkan Citra Politik di Kabupaten Sumbawa Tahun 2021-2022*. Universitas Teknologi Sumbawa. Oleh, D., Balai, :, Dan, P., Komunikasi, P., Bandung, D. I., Litbang, B., Komunikasi, S. K., & Informatika, D. (n.d.). *DINAMIKA KOMUNIKASI POLITIK MENJELANG PEMILU 2014*.

- Suryani, E. I. (2019). *KOMUNIKASI POLITIK: ASAL USUL DAN KONSEPSI*. <https://doi.org/https://doi.org/10.23960/jasp.v2i2.29>
- Syarifuddin. (2015). *KOMUNIKASI POLITIK BERMEDIA DAN PENGGUNAANNYA OLEH MASYARAKAT (Survey pada Masyarakat Palopo Sulawesi Selatan Tentang Kampanye Pilpres 2014)*. <http://www.tribunnews.com/pemilu>
- Thomas Tokan Pureklolon. (2016). *Komunikasi Politik: Mempertahankan Integritas Akademisi, Politikus, dan Negarawan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Widyana, M. R. (2022). Strategi Partai Gelora Sebagai Partai Baru Menuju Pemilu 2024 Untuk Memenuhi Parliamentary Threshold. *Jurnal PolGov*, 4(1): 125–168. <https://doi.org/10.22146/polgov.v4i1.3861>
- Zaenal Mukarom. (2016). *Komunikasi Politik*. Pustaka Setia.