

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Partai Golkar pada awalnya terbentuk pada tanggal 20 Oktober 1964 dengan nama sekretariat bersama Golongan Karya (SEKBER GOLKAR), pada masa awal tumbuhnya, Sekber Golkar beranggotakan 61 organisasi fungsional kemudian berkembang menjadi 291 organisasi fungsional karena golongan-golongan fungsional lainnya sudah menyadari bahwa Sekber Golkar berlandaskan Pancasila dan UUD 1945 serta tujuan dan haluannya adalah Demokrasi Pancasila untuk mencapai masyarakat adil dan makmur. Pada bulan Juli 1998 Golkar semakin menegaskan untuk memperbaharui dirinya sesuai dengan semangat dan tuntutan Visi dan Misi Partai Golkar. Partai Golkar hingga sekarang tetap mempertahankan citra sejarahnya sebagai kekuatan politik nasional yang memperjuangkan kepentingan bangsa dan negara.

Selama lebih dari 30 tahun pengambilan keputusan di dalam Partai Golkar selalu berdasarkan keputusan politik yang sangat didominasi oleh Dewan Pembina, Dewan Pertimbangan, dan Dewan Penasehat, sehingga Dewan Pimpinan Pusat dan Dewan Pimpinan Daerah Golkar hanya menjadi pelaksana saja. Setelah dideklarasikan Golkar benar-benar berada ditangan Dewan Pimpinan dari Partai Golkar sendiri yang secara mandiri menetapkan keputusan bagi kepentingan organisasi Partai. Demikian pula dalam kaitan dengan pola rekrutmen, kaderisasi, dan sistem musyawarah yang diberlakukan mengalami perubahan.

Sejak dimulainya periode orde baru dari masa perkembangannya setelah masa kemerdekaan hingga munculnya dorongan kedalam “arah” integrasi nasional, termasuk dalam bidang politik telah membawa pada kebijaksanaan-kebijaksanaan yang bermuara pada pem-fusian Partai politik dan menganggap bahwa stabilitas politik harus ditegakkan seiring dengan “ekonomi” sebagai panglima. Berdasarkan keyakinan bahwa demokrasi hanya akan bisa ditegakkan oleh masyarakat yang mampu mengembangkan perekonomiannya, maka segenap pendukung orde baru melaksanakan pembangunan nasional, dengan memprioritaskan bidang ekonomi. Sebagai pradiksi ditegakkannya stabilitas politik dan pemerintahan yang efektif, sebagaimana diperlihatkan oleh daya intervensinya terhadap kehidupan masyarakat. Orientasi politik pemerintahan orde baru yang dipimpin oleh presiden soeharto menekankan sekali orientasi pada program. Yaitu program “Yes”, Politik “No” atas program “Yes” ideology “No”.

DPD Partai Golkar merupakan salah satu pihak yang paling dekat dan paham kondisi serta realitas masyarakat di wilayahnya masing-masing. DPD Partai Golkar, merupakan salah satu kekuatan politik yang menyiapkan Sumber Daya Manusia (SDM) dan menyiapkan proses kepemimpinan nasional sebagaimana tugas dan fungsinya.

Permasalahan-permasalahan yang terjadi di internal Partai Golkar dan tidak optimalnya dalam melaksanakan program kerja hasil raker daerah berefek hingga ke tataran DPD Partai Golkar Daerah Istimewa Yogyakarta. Aktivitas pengurus DPD Partai Golkar DIY dalam menterjemahkan visi-misi dan program-program partai menjadi tidak produktif. Selain itu, dalam menghadapi sistem pemilihan legislatif yang begitu terbuka dan berdasarkan suara

terbanyak memaksa beberapa kader Partai Golkar bekerja untuk mengkampanyekan dirinya sendiri sehingga kekompakan didalam struktur partai secara kolektif-kolegia melemah karena masing-masing orang turun bekerja secara sendiri-sendiri untuk memenangkan dirinya masing-masing. Akibatnya, kampanye politik Partai Golkar khususnya DPD Partai Golkar DIY dalam rangka membawa misi strategis partai secara kelembagaan akhirnya tidak bisa membuming dengan baik.

Terjadinya beberapa persoalan diatas jelas membuat DPD Partai Golkar harus mempersiapkan berbagai strategi untuk membangun citra Partai Golkar yang dipandang negatif dapat segera diatasi guna meraih simpati dari masyarakat. Dalam hal ini DPD Golkar Daerah Istimewa Yogyakarta juga melakukan berbagai strategi untuk membangun citra Partai Politik yang di masyarakat. Mengingat statistik perolahan suara Partai Golkar pada Pemilu Legislatif 1999, 2004 dan Pemilu 2009 DPR-RI di Daerah Istimewa Yogyakarta terus mengalami penurunan. Dimana perolahan suara Partai Golkar tahun 1999 sekitar 14,34%, tahun 2004 sekitar 13,87% dan pada tahun 2009 menurun hingga 10,29%. (Sumber: diolah dari data perolehan suara Pemilu 1999, 2004 dan 2009 KPUD DIY)

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut peneliti ingin mengetahui lebih lanjut tentang, “Bagaimana Aktivitas Pencitraan Parpol Dewan Perwakilan Daerah (DPD) Partai Golkar Dalam memperbaiki Citra Partai Golkar di masyarakat khususnya Daerah Istimewa Yogyakarta Periode 2012-2014”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas rumusan masalah yang dapat dikemukakan yaitu Bagaimana Aktivitas Pencitraan Parpol DPD Golkar Daerah Istimewa Yogyakarta dalam memperbaiki citra Partai Golkar di masyarakat khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta periode 2012-2014.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan Aktivitas Pencitraan Parpol DPD Golkar Daerah Istimewa Yogyakarta dalam memperbaiki citra Partai Golkar di mata masyarakat.

D. Manfaat Penelitian

Dalam suatu penelitian diharapkan dapat memberikan suatu manfaat atau kegunaan yang dapat digunakan oleh masyarakat luas, adapun kegunaan penelitian ini dapat dilihat dari segi teoritis dan praktis yaitu sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan membantu bagi pengembangan ilmu komunikasi secara umum, sedangkan kegunaan teoritis secara khusus diharapkan dapat meningkatkan pengembangan keilmuan mengenai pengelolaan kesan (impression management).

2. Kegunaan Praktis

Adapun hasil penelitian ini secara praktis diharapkan bisa memberikan suatu masukan atau referensi tambahan yang dapat diaplikasikan dan menjadi pertimbangan dan kegunaan secara praktis pada penelitian ini.

E. Kerangka Teori

1. Definisi Tentang Citra Dalam Politik

Pengertian citra itu sendiri abstrak atau *intangibile*, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari penilaian, baik semacam tanda respek dan rasa hormat, dari publik sekelilingnya atau masyarakat luas terhadap perusahaan dilihat sebagai sebuah badan usaha atau personelnya yang baik, dipercaya, profesional dan dapat diandalkan dalam pemberian pelayanan yang baik (Rusady Ruslan, 1994 : 66).

Bill Cantor (1986: 17) menyebutkan citra sebagai berikut : *the impression, feeling, the conception which the public has of a company, a conditionally created impression of a object, person or organization*". Dengan singkat dapat dikatakan bahwa citra adalah kesan tentang suatu obyek, individu atau organisasi, baik disengaja maupun tidak.

Menurut Piliang dalam Pahmi SY, (2010:7) pencitraan politik adalah sesuatu yang tampak oleh indra tapi tidak memiliki eksistensi substansial karena ketertutupan realitas. Ketertutupan substansi tersebut jika berjalan terus-menerus akan menghasilkan implikasi yang kurang baik bagi sistem politik, karena popularitas seorang tokoh atau institusi politik tidak berpijak pada kualitas politik yang sesungguhnya.

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* manajemen-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.

Citra adalah tujuan utama, dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (kehumasan) atau *Public Relations*. Penilaian atau tanggapan masyarakat yang berkaitan dengan timbulnya rasa hormat, kesan-kesan yang baik dan menguntungkan terhadap suatu citra lembaga/organisasi atau produk barang dan jasa pelayanannya yang diwakili oleh pihak humas/*Public Relations*. Biasanya landasan citra itu berakar dari nilai-nilai kepercayaan yang konkretnya diberikan secara individual, dan merupakan pandangan atau persepsi, serta terjadinya proses akumulasi dari amanah kepercayaan yang telah diberikan oleh individu-individu tersebut akan mengalami suatu proses cepat atau lambat untuk membentuk suatu citra (Rusady Ruslan, 1994 : 63).

Citra di dalam politik sebenarnya lebih dari sekedar strategi untuk menampilkan kandidat kepada para pemilih. Tetapi juga berkaitan dengan kesan yang dimiliki oleh pemilih baik yang diyakini sebagai hal yang benar atau tidak. Artinya, citra lebih dari sekedar pesan yang dibuat oleh kandidat ataupun gambaran yang dibuat oleh pemilih, tetapi citra merupakan negosiasi, evaluasi dan konstruksi oleh kandidat dan pemilih dalam sebuah usaha bersama. Dengan demikian citra adalah transaksi antara strategi seorang kandidat dalam menciptakan kesan personal dengan kepercayaan yang sudah ada dalam benak para pemilih.

2. Unsur-unsur Citra

Unsur-unsur dari citra menurut (Nimmo, 1999:354) adalah terdiri yaitu adanya subjek pencitraan, objek pencitraan dan tujuan pencitraan:

- a. Subjek pencitraan: pribadi atau nonpribadi. preposisi seseorang atau organisasi terhadap citranya dimata public sehingga melahirkan sebuah respon positif
- b. Objek pencitraan: peristiwa atau kondisi/situasi. : Citra menampilkan kesan suatu obyek terhadap obyek yang lain yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari berbagai sumber terpercaya.
- c. Tujuan pencitraan: memberi gambaran/persepsi yang baik terhadap subjek pencitraan, hal ini merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai. Walaupun citra merupakan sesuatu yang abstrak dan tidak dapat diukur secara sistematis, namun wujudnya dapat dirasakan dari hasil penelitian baik dan buruk yang datang dari khalayak atau masyarakat luas. Penilaian atau tanggapan tersebut dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat (*respect*), kesan-kesan yang baik yang berakar pada nilai-nilai kepercayaan.

3. Tujuan Aktivitas Dalam Pencitraan Partai Politik

Dalam Parpol tujuan dari aktivitas dalam pencitraan adalah melaksanakan/mewujudkan program-program dan ideologi partai. Dengan demikian parpol ini mempunyai tujuan pencitraan dalam aktivitas parpolnya (Miriam Budiarjo, 2002:163) sebagai berikut:

- a) *Sarana komunikasi politik*; Komunikasi politik adalah merupakan proses penyampaian informasi politik dari pemerintah kepada masyarakat dan

sebaliknya dari masyarakat kepada pemerintah. Parpol disini berfungsi untuk menyerap, menghimpun (mengolah, dan menyalurkan aspirasi politik masyarakat dalam merumuskan dan menetapkan suatu kebijakan). Begitu juga dalam upaya meningkatkan partisipasi dalam pemilu maka partai politik bisa menggunakan garis intruksi dalam mensosialisasikan pemilihan umum tersebut dari tingkat pusat sampai tingkat desa secara struktural dan menyebarkanluaskannya kemasyarakat.

b) Sosialisasi politik (political socialization); adalah merupakan proses pembentukan sikap dan orientasi politik mengenai suatu fenomena politik yang sedang dialami suatu negara. Proses ini disampaikan melalui pendidikan politik. Sosialisai yang dilakukan oleh parpol kepada masyarakat berupa pengenalan program-program dari partai tersebut. Dengan demikian, diharapkan pada masyarakat dapat memilih parpol tersebut pada pemilihan umum. Ide, visi dan kebijakan strategis yang menjadi pilihan partai politik dimasyarakatkan kepada konstituen untuk mendapatkan 'feedback' berupa dukungan dari masyarakat luas. Terkait dengan sosialisasi politik ini, partai juga berperan sangat penting dalam rangka pendidikan politik. Partai lah yang menjadi struktur-antara atau 'intermediate structure' yang harus memainkan peran dalam membumikan cita-cita kenegaraan dalam kesadaran kolektif masyarakat warga negara.

c) Sarana rekrutmen politik (political recruitment); adalah merupakan proses seleksi dan pengangkatan seseorang atau kelompok untuk melaksanakan sejumlah peran dalam sistem politik ataupun pemerintahan. Atau dapat dikatakan proses seleksi dan pengangkatan

seseorang atau kelompok untuk menduduki suatu jabatan ataupun beberapa jabatan politik ataupun mewakili parpol itu dalam suatu bidang. Rekrutmen politik gunanya untuk mencari orang yang berbakat ataupun berkompeten untuk aktif dalam kegiatan politik. Partai dibentuk memang dimaksudkan untuk menjadi kendaraan yang sah untuk menyeleksi kader-kader pemimpin negara pada jenjang-jenjang dan posisi-posisi tertentu. Kader-kader itu ada yang dipilih secara langsung oleh rakyat, ada pula yang dipilih melalui cara yang tidak langsung, seperti oleh Dewan Perwakilan Rakyat, ataupun melalui cara-cara yang tidak langsung lainnya. Oleh karena itu partai politik dalam penetapan kader yang diusung dalam penempatan jabatan ataupun mencalonkan kandidatnya baik dalam Pileg, Pilbup, Pilgub ataupun Pilpres harus memperhatikan aspirasi yang berkembang dimasyarakat agar sosialisasi secara individu mendorong pula terhadap meningkatnya partisipasi masyarakat dalam memilih baik secara individu maupun secara kelompok.

d) *Pengatur konflik (conflict management)*; adalah merupakan suatu pengendalian konflik (dalam hal ini adanya perbedaan pendapat atau pertikaian fisik) mengenai suatu kebijakan yang dilakukan pemerintah. Pengendalian konflik ini dilakukan dengan cara dialog, menampung dan selanjutnya membawa permasalahan tersebut kepada badan perwakilan rakyat(DPR/DPRD/Camat) untuk mendapatkan keputusan politik mengenai permasalahan tersebut. Nilai-nilai (*values*) dan kepentingan-kepentingan (*interests*) yang tumbuh dalam kehidupan masyarakat sangat beraneka ragam, rumit, dan cenderung saling bersaing dan bertabrakan

satu sama lain. Jika partai politiknya banyak, berbagai kepentingan yang beraneka ragam itu dapat disalurkan melalui polarisasi partai-partai politik yang menawarkan ideologi, program, dan alternatif kebijakan yang berbeda-beda satu sama lain.

4. Media Dalam Pencitraan Partai Politik

Jika kita berbicara mengenai strategi pencitraan, tak dapat dilepaskan dari peran media dalam kapasitasnya sebagai media (wadah) untuk memberitakan kepada publik serta memberi citra dari aktivitas para aktor politik yang diberitakan dan menjadi konsumsi publik.

Citra politik ini sangat berpengaruh terhadap popularitas seseorang atau sebuah institusi dalam hal ini partai, dimana jika citra seseorang atau partai baik, maka meningkat pula popularitasnya, dalam hal ini semakin baik citra partai tersebut, maka akan semakin banyak yang menyukai dan mendukung partai tersebut. sebaliknya, citra kepopuleran dan simbol yang diciptakan akan jatuh bilamana mendapat serangan politik dari figur maupun partai. Simbol-simbol yang dibangun akan melemah jika telah hadir kekuatan baru yang mampu menandingi kekuatan yang telah dikonstruksi.

Dalam hal ini media massa sangat berpengaruh dalam pembentukan citra politik atau membentuk persepsi politik khalayak. Berita politik tentang tokoh politik, partai politik, dan kebijakan politik dapat menimbulkan penafsiran yang berbeda dan citra politik yang berbeda bagi masing-masing orang. Itulah sebabnya citra politik diartikan sebagai gambaran seseorang tentang realitas politik yang tidak harus sesuai dengan yang sebenarnya.

Lee Loevinger dalam Anwar Arifin (2006:110-111), menyajikan teori komunikasi massa yang disebut sebagai *reflective-projective theory*. Asumsi dasar teori ini bahwa : Media massa adalah cermin masyarakat yang merefleksikan suatu citra yang menimbulkan banyak tafsiran. Justru itu, setiap orang dapat memproyeksikan diri dan citranya. Media massa mencerminkan citra masyarakat dan sebaliknya khalayak memproyeksikan citranya pada penyajian media massa.

Citra politik juga berkaitan dengan sosialisasi politik. Karena citra politik terbentuk melalui proses pembelajaran politik, baik secara langsung maupun pengalaman empirik. Sosialisasi politik yang dapat mendorong terbentuknya citra politik dapat mendorong seseorang atau institusi mengambil peran dalam politik dengan berbagai cara. Peningkatan citra merupakan bagian dari perencanaan komunikasi dan sosialisasi.

Keberadaan media dalam partai politik sangatlah penting dimasyarakat karena media di ibaratkan sebagi alat yang membentuk apa dan bagaimana yang terjadi dalam masyarakat. Media juga menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normative yang dibaurkan dengan berita atau hiburan (Nurdin, 2007:35). Dalam hal ini media yang dipakai dalam partai politik adalah:

1. Media *face to face* (tatap muka langsung) adalah bentuk komunikasi yang dilakukan seseorang secara langsung dan dapat melihat perubahan sikap komunikannya, atau secara singkat komunikasi tatap muka menunjukkan efek yang dapat dilihat langsung oleh komunikatornya. Salah satunya yaitu jika seseorang berkomunikasi secara tatap muka, ia akan langsung menerima *feedback* dari komunikannya saat proses

interaksi berlangsung. Jika *feedback* yang diberikan positif maka pesan yang disampaikan dapat diterima baik, sebaliknya jika *feedback*-nya negatif maka pesan yang disampaikan tidak dapat dipahami oleh komunikan.

Dengan berkomunikasi secara tatap muka maka seseorang dapat mengetahui informasi dari orang lain dengan sedalam-dalamnya dan selengkap-lengkapya. Namun, komunikasi tatap muka ini juga memiliki beberapa kelemahan yaitu komunikator dan komunikan harus mengorbankan waktu yang dimiliki untuk berkomunikasi. Hal ini jelas tidak efektif karena harus menyediakan waktu khusus disela-sela aktifitasnya. Selain itu, kelemahan komunikasi interpersonal juga mencakup jangkauannya yang sempit, maksudnya ialah individu-individu yang terlibat terbatas antara dua orang saja atau antar kelompok kecil saja dan juga sering timbul kesalahan persepsi diantara orang yang berkomunikasi. Kesalahan persepsi ini timbul biasanya ketika komunikator menyampaikan pesan yang memiliki arti ganda atau bersifat ambigu.

2. Media Cetak adalah Media mempunyai makna yaitu sebuah media yang menggunakan bahan dasar kertas atau kain untuk menyampaikan pesan-pesannya. Unsur-unsur utama adalah tulisan (teks), gambar visualisasi atau keduanya. Media cetak ini bisa dibuat untuk membantu fasilitator melakukan komunikasi interpersonal saat pelatihan atau kegiatan kelompok. Media ini juga bisa dijadikan sebagai bahan referensi (bahan bacaan) atau menjadi media instruksional atau mengkomunikasikan teknologi baru dan cara-cara melakukan sesuatu (*leaflet, brosur, buklet*).

Bisa juga mengkomunikasikan perhatian dan peringatan serta mengkampanyekan suatu isu (poster) dan menjadi media ekspresi dan karya personal (*poster, gambar, kartun, komik*) dan lain-lain.

3. Media Elektronik adalah sebuah media yang menyampaikan sesuatu, yang berbentuk elektronik. Contoh media elektroniknya TV, radio, dan HP (Hand Phone) juga internet. Media elektronik dapat diartikan sebagai perangkat teknologi yang dapat menggantikan media kertas yang biasa kita gunakan, perangkat teknologi juga memiliki kelebihan daripada media kertas yang biasa kita gunakan seperti perangkat teknologi mudah dipergunakan dan dapat membantu pekerjaan kalian menjadi lebih cepat, dan juga perangkat teknologi tidak menghabiskan tempat yang banyak jika pekerjaan kita telah menumpuk dengan banyak. Dimana-mana media elektronik mudah untuk didapatkan, karena terdapat dan tersedia di mana-mana. Media elektronik dapat dikatakan sebagai sumber informasi yang utama bagi kita dan bahkan bagi seluruh orang yang ada di dunia ini. Dengan adanya media elektronik tersebut, kita dapat mengetahui informasi yang terjadi di sekeliling kita dan bahkan kita dapat mengetahui informasi yang terjadi di seluruh dunia.

Terdapat berbagai model interaksi media dengan unsur-unsur lain dalam Komunikasi Politik. Beberapa model komunikasi yang menghubungkan media dengan elemen-elemen komunikasi politik.

Berikut ini adalah model yang dipaparkan oleh Brian McNair:



Gambar 1.2.
Posisi media dalam komunikasi politik. (Sumber McNair, 1999)

Dapat dipahami bahwa McNair menganggap Media sebagai sentral dari elemen-elemen komunikasi politik semacam gatekeeper bagi seluruh pesan politik. Semua komunikasi politik dianggap mediated. Di berbagai negara maju dimana media menjangkau semua lapisan masyarakat.

Mc Nair menyatakan bahwa, dalam era mediasi tersebut, fungsi media massa dalam komunikasi politik bisa menjadi penyampai (*transmitters*) pesan-pesan politik dari pihak-pihak di luar dirinya, sekaligus menjadi pengirim (*senders*) pesan politik yang dibuat (*constructed*) oleh wartawan kepada khalayak. Artinya, secara teoritis, hubungan politisi dan media bisa berjalan harmoni. Media massa bisa memediasi kegiatan politik dari para politisi kepada masyarakat. Dan sebaliknya, media juga bisa memediasi opini, tuntutan, atau reaksi masyarakat kepada para politisi. Media massa adalah ruang lalu lintas bagi segala macam ide-ide yang menyangkut kepentingan orang banyak. Dari sekian banyak media massa yang dapat memediasi kegiatan politik, yang dianggap paling efektif adalah televisi. Fenomena inilah yang kemudian memunculkan istilah tele-politics. Tele-

politics adalah sebuah fenomena baru yang menandai bergesernya peran partai politik dan munculnya dominasi media massa—terutama televisi—dalam menjangkau pemilih. Televisi muncul sebagai kekuatan baru yang lebih masif dalam menyampaikan informasi politik kepada masyarakat. Data survei menunjukkan bahwa masyarakat di Indonesia paling banyak mendapatkan informasi politik melalui televisi (87%). Berbeda dengan pertemuan-pertemuan politik konvensional yang mensyaratkan kehadiran seseorang, interaksi melalui televisi lebih bersifat one-way traffic communication, lebih praktis dan tidak merepotkan pemilih. (McNair, Brian, 1995).

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian deskriptif. “Penelitian deskriptif merupakan istilah yang umum yang mencakup beberapa teknik deskriptif diantaranya penelitian yang menuturkan, mengklasifikasi, menggambarkan dan menganalisa data serta untuk menyelesaikan masalah-masalah yang ada pada saat sekarang ini dengan menggunakan teknik interview dan dokumentasi”.

Dengan demikian jenis penelitian deskriptif merupakan suatu penelitian yang menerangkan, menggambarkan, menuturkan dan menjelaskan serangkaian peristiwa atau fenomena yang terjadi dilapangan. (Winarno Surachmat, 1989 : 140).

2. Metode Penelitian

Metode pengkajian yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2010:3) mendefinisikan “metodologi kualitatif” sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut mereka pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistic (utuh). Jadi, dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandang sebagai bagian dari suatu keutuhan.

Penelitian kualitatif mempunyai beberapa karakteristik sebagai berikut (Zuriah, 2007:93):

- a. Lingkungan alamiah dan sumber data langsung
- b. Manusia merupakan alat (instrument) utama pengumpul data
- c. Analisis data dilakukan secara induktif.

Penelitian kualitatif tidak dimulai dari deduksi teori, tapi dimulai dari fakta empiris.

- a. Penelitian bersifat deskriptif-analitis

Data yang diperoleh oleh peneliti berupa kata-kata, gambar, perilaku dituangkan dalam bentuk kualitatif dengan memberikan analisis data berupa uraian naratif yang berisi pemaparan gambaran mengenai situasi yang diteliti.

- b. Tekanan penelitian berada pada proses.

Pertanyaan (apa yang dilakukan), mengapa (hal itu dilakukan) dan bagaimana (hal itu dilakukan) merupakan bentuk pemaparan tentang suatu fenomena menjadi uraian naratif.

Penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian deskriptif, yaitu menurut Whitney (dalam Nasir, 2005:63) yaitu penelitian untuk pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tatacara masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pengaruh dari suatu fenomena. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, metode studi kasus adalah memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter yang khas dari kasus, dari sifat-sifat khas tersebut akan dijadikan suatu hal yang bersifat umum. (Nazir,2005: 66).

Dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana aktivitas pencitraan Partai Golkar dalam meningkatkan Citra Positif Partai DPD Golkar di masyarakat. Demi mendapatkan kepercayaan karena melihat beberapa waktu silam Partai Golkar mengalami Problem yang dapat menurunkan tingkat kepercayaannya di masyarakat.

3. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di DPD Partai. Golkar Daerah Istimewa Yogyakarta.

4. Obyek Penelitian

Obyek penelitian dalam hal ini adalah DPD Partai Golkar karena

dalam penelitian ini penulis menjelaskan bagaimana Aktivitas Pencitraan Partai DPD Golkar Daerah Istimewa Yogyakarta. periode 2012-2014.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan oleh penelitian langsung dari sumber utamanya. Data primer merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung maupun dengan hasil observasi dilapangan. Teknik pengumpulan dan dalam penelitian ini menggunakan metode sebagai berikut:

1) Wawancara/Interview

Adalah suatu tekhnik pengumpulan data melalui percakapan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) dan terwawancara (*interview*) dengan maksud tertentu. Maksud dari diadakannya wawancara adalah mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi,tuntutan, kepedulian dan lain sebagainya. Ada bermacam-macam cara pembagian jenis wawancara yang dikemukakan oleh Patton (1980:197) dalam (Moleong, 2010 :187) yaitu wawancara pembicaraan informal,wawancara pendekatan menggunakan petunjuk umum wawancara, dan wawancara baku terbuka.

Penelitian ini menggunakan jenis wawancara mendalam dengan pendekatan menggunakan jenis wawancara dengan pendekatan menggunakan petunjuk umum wawancara dengan kriteria informan sebagai berikut:

- a. Wakil Ketua Pemenangan Pemilu DPD Partai Golkar Daerah Istimewa Yogyakarta.
- b. Kepala Biro Informasi dan Komunikasi DPD Golkar Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dari kriteria informan diatas, peneliti menetapkan narasumber primernya adalah sebagai berikut:

1. Drs. Johan S.Keban, Wakil Ketua Pemenangan Pemilu Partai Golkar.
2. Bapak Awiek Rusprayitno, selaku Kepala Biro Informasi dan Komunikasi Partai Golkar.

b. Data Sekunder

1) Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mencari data yang relevan dan berhubungan dengan permasalahan yang diangkat. Pengumpulan data dapat bersumber dari dokumen-dokumen dan arsip-arsip yang dapat mendukung penelitian.

2) Studi Keputusan

Hal ini dilakukan dengan membaca, mempelajari dan menganalisis dokumen atau sumber data yang ada seperti buku-buku dan mempelajari skripsi sebelumnya untuk mendukung pendapat yang dikemukakan oleh penulis. Penulis menggunakan beberapa buku untuk dijadikan pedoman dalam penelitian.

6. Uji Validitasi Data

Penelitian ini menggunakan triangulasi data sebagai uji validitas

data. Triangulasi data menurut Moleong (2010:330) adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data tersebut untuk keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap data tersebut. Denzim (1978) dalam (Moleong, 2010:330) membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori.

Peneliti menggunakan model triangulasi data sumber. Karena dalam triangulasi sumber peneliti dapat mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi dengan cara :

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dan membandingkan apa yang dikatakan oleh sumber secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sumber sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan prespektif seseorang dengan berbagai pendapat orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang yang berada atau orang pemerintah.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isu suatu dokumen yang berkaitan. Namun, dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan dua cara saja yaitu (1) membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dan membandingkan apa yang dikatakan oleh sumber secara pribadi dan (2) membandingkan hasil wawancara dengan isu suatu dokumen yang berkaitan.

G. Sistematika Penulisan

Dalam mempermudah penyajian hasil analisis data dan proses analisis penelitian, penulisan, skripsi dibagi menjadi 4 bab.

Bab pertama berisi tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, kerangka teori dan metode penelitian. Yang digunakan bab ini berfungsi sebagai landasan dasar yang mengantarkan isi pembahasan pada bab-bab berikutnya.

Bab dua berisi tentang gambaran umum Partai Golkar, visi-misi, dan aktivitas Pencitraan Partai DPD Golkar Daerah Istimewa Yogyakarta. Periode 2012-2014.

Bab tiga, berisi inti pembahasan mengenai analisa data yang disesuaikan dengan teori-teori pada bab pertama. Pada analisis tersebut, peneliti hanya ingin menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif sebagai pisau analisis untuk mengetahui bagaimanakah aktivitas Pencitraan Partai DPD Golkar Daerah Istimewa Yogyakarta. Periode 2012-2014.

Bab empat sebagai penutup, terdiri dari kesimpulan, saran, daftar pustaka, dan lampiran-lampiran. Pada bab ini terdapat saran terhadap Partai Golkar dan tim sukses Partai Golkar dalam pencapresan 2014.