

PENDAPAT POLITISI TERHADAP KREDIBILITAS LEMBAGA SURVEI TENTANG ELEKTABILITASNYA DALAM PEMILIHAN LEGISLATIF DPRD SULSEL 2014

Andi Muhammad Abdi, Iqbal Sultan, Hasrullah

Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin

Abstract

The presence of survey's institute hold a strategic role for a politicians as well as for the political party in every political moments, but the main requirement for a survey institute to maintain the public trust in them is their credibility. This study aims to find out politicians' opinions and factors influencing their opinions about the credibility of survey institutions in relation with electability in the election of legislative representatives in South Sulawesi Parliament in 2014. This descriptive qualitative research involved twelve politicians from different parties and four survey institution officials as informants. They were selected purposively. The data were collected through interviews and observations; and were analysed by using the interaction analysis model developed by Milles and Huberman. The data were processed through three channels of qualitative data analysis: reducing the data, presenting the data, and drawing the conclusion. The results reveal that politicians tend to trust the credibility of survey institutions and the results of electability survey released by the institutions. This is influenced by internal and external factors. Internally, the politicians are influenced by their experience and education. Externally, they are influenced by party traditions and the credibility of survey institutions. Furthermore, according to the politicians. There are five criteria for credibility of a survey institutions, including track record of the institution, track record of the institution's leader, proffessionality of human resources, positive image, and clear addres of office. Survey institutions maintain their relationship with politicians through emotional approach and professional approach. It is expected for the survey institutions to formulate a relevant method of survey for every existing political dynamis, such as for the money politics phenomena in the recent local elections. As for the politicians them selves, they have to be more selective and based on the ideal standard in utilizing the survey institutions.

Keywords: Politicians; survey institutions; credibility; legislative election

Abstrak

Kehadiran lembaga survei memiliki peran strategis bagi seorang politisi maupun partai politik dalam setiap momentum politik, namun kredibilitas adalah syarat utama yang harus dimiliki suatu lembaga survei agar tetap dipercaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pendapat politisi dan faktor-faktor apa yang mempengaruhi pendapat politisi terhadap kredibilitas lembaga survei mengenai elektabilitasnya dalam Pemilihan Legislatif DPRD Sulsel 2014. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Informan penelitian ini adalah 12 orang politisi dari partai yang berbeda dan 4 orang pimpinan lembaga survei. Pengambilan sampel dilakukan secara purposif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi. Data dianalisis dengan menggunakan analisis model interaksi yang dikembangkan oleh Milles dan Huberman, data yang telah didapat kemudian diolah melalui tiga jalur analisis data kualitatif yaitu: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini menunjukkan bahwa politisi cenderung masih mempercayai kredibilitas lembaga survei dan hasil survei elektabilitasnya yang dirilis oleh lembaga survei. Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapat politisi dilatar belakangi oleh faktor internal dan eksternal. Secara internal pendapat politisi dipengaruhi oleh faktor pengalaman dan pendidikannya sedangkan secara eksternal dipengaruhi oleh tradisi partai dan kredibilitas lembaga survei tersebut. Politisi mengungkapkan ada lima kriteria kredibilitas suatu lembaga survei yaitu: *track record* lembaga survei, *track record* pimpinan lembaga survei, sumber daya manusia profesional, citra positif dan memiliki kantor yang jelas. Strategi yang dilakukan oleh lembaga survei dalam menjaga hubungannya dengan politisi adalah melalui pendekatan yang bersifat emosional dan pendekatan yang bersifat profesional. Diharapkan lembaga survei dapat merumuskan metodologi survei yang relevan dalam setiap dinamika politik yang ada, seperti fenomena *Money Politic* yang terjadi di pileg. Kepada politisi diharapkan agar selektif dan berdasarkan standar yang ideal dalam menggunakan lembaga survei.

Kata kunci: politisi, lembaga survei, kredibilitas dan pemilihan legislatif

PENDAHULUAN

Dalam era politik modern kehadiran lembaga survei memiliki peran strategis bagi seorang politisi maupun partai politik. Arti penting lembaga survei dalam transisi demokrasi karena prinsip keterwakilan (*representativeness*) dan keilmiahannya (*scientificness*) adalah unsur utama dalam merumuskan sebuah keputusan dan kebijakan yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Hasil survey juga kerap digunakan oleh politisi untuk mengukur tingkat elektabilitas dan opini publik terkait citra partainya maupun citra politisi itu sendiri. Oleh karena itu, sulit terpisahkan antara politik dan lembaga survei. Suatu proses politik akan lebih terukur dan objektif dengan keterlibatan lembaga survei di dalamnya, namun lembaga survei juga harus berada pada jalur yang terkontrol agar keberadaannya bukan justru merusak tatanan demokrasi.

Pada masa permulaan demokrasi di Indonesia, lembaga survei pada dasarnya lebih bertujuan idealis, misalnya seperti apa yang dilakukan oleh Yayasan Pengembang Demokrasi Indonesia (YPDI). Lembaga ini mendapat bantuan dana dari donor Jepang untuk memonitor perkembangan demokrasi Indonesia. Dari tujuan itulah, kemudian berdiri Lembaga Survei Indonesia (LSI) pada tahun 2003 yang dikembangkan untuk menjalankan survei-survei pendapat umum yang belakangan dianggap sebagai perintis dengan standar ideal.

Tumbuh dan berkembangnya lembaga survei beriringan dengan perkembangan demokrasi dan dinamika politik yang terjadi pada suatu daerah. Salah satu daerah yang memiliki perkembangan demokrasi yang cukup dinamis adalah Provinsi Sulawesi Selatan (Sulsel). Secara kuantitatif, angka statistik memberi gambaran positif perkembangan demokrasi dan kinerja

pembangunan di Sulsel. Badan Pusat Statistik (BPS) merilis data Indeks Demokrasi Indonesia (IDI) Sulsel tahun 2009-2013 adalah tertinggi kedua secara Nasional. Tahun 2007, kinerja pertumbuhan ekonomi Sulsel telah melampaui kinerja Nasional, bahkan peningkatan pertumbuhan yang tinggi pada 2012 terjadi ketika pertumbuhan Nasional menurun. Tingkat kemiskinan provinsi ini juga di bawah level Nasional dan cenderung menurun setiap tahun. Maka tidak mengherankan dalam setiap momentum demokrasi baik itu Pemilu dan Pilkada, Sulsel menjadi barometer politik kawasan Indonesia timur dan selalu menjadi perhatian para elit politik, pengusaha, dan organisasi-organisasi agama maupun pemuda. Realitas ini pula mendorong kehadiran lembaga survei dalam proses politik di Sulsel.

Hingga saat ini, terdaftar sebanyak 33 lembaga survei yang masuk dalam keanggotaan Asosiasi Riset Pendapat Publik Indonesia (Aropi) dan sebanyak 21 lembaga survei yang terdaftar dalam keanggotaan Perhimpunan Survei Pendapat Publik Indonesia (Persepi), yang melakukan aktivitas pendampingan politik dan survei opini publik. Jumlah lembaga survei tersebut belum seluruhnya, di luar keanggotaan Aropi dan Persepi tersebut masih terdapat lembaga survei yang jauh lebih banyak jumlahnya baik yang berskala nasional maupun lokal.

Fenomena lembaga survei saat ini telah menjadi industri baru perpolitikan. Namun dalam praktiknya, disamping lembaga survei bekerja berdasarkan kode etik penelitian, terdapat pula lembaga survei yang telah mengabaikan kode etik dan hanya mencari keuntungan profit semata. Kinerja lembaga survei terkadang membawa kebingungan bagi publik terkait hasil survei yang mereka rilis, dalam berbagai momentum politik sering terjadi perbedaan hasil survei antara

sesama lembaga survei. Banyak diantara lembaga survei yang menjamur saat ini telah mengabaikan etika serta prinsip-prinsip ilmiah dan objektivitas penelitian. Wakil Ketua Perhimpunan Survei Opini Publik Indonesia (Persepsi), M. Qodari mengungkapkan bahwa saat ini banyak lembaga survei yang dianggap tidak kredibel dan menjual hasil survei ke pihak-pihak tertentu. Kepercayaan terhadap lembaga survei pun perlahan menurun (Detik News, 2014).

Penelitian Siregar (2010), tentang profesionalisme lembaga survei opini publik pada pemilu presiden 2009. Penelitian tersebut membandingkan profesionalisme dua lembaga survei terkemuka tanah air, yaitu Lingkaran Survei Indonesia dan Lembaga Survei Indonesia. Siregar menyimpulkan bahwa tingkat profesionalisme lembaga survei opini publik berbeda-beda, bahkan dapat dikatakan tidak profesional jika mengacu kriteria profesional yang ditetapkan Maagie Schammell dalam studinya terhadap kampanye pemilu AS pada akhir 1990-an, antara lain adanya kode etik yang harus dilaksanakan. Dalam butir kode etik antara lain menyebutkan setiap laporan hasil survei harus mencantumkan sumber pendanaan untuk memposisikan lembaga survei bekerja untuk siapa (*independent pollster/ public pollster* atau *campaign pollster*). Semangat transparansi merupakan syarat berdemokrasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pendapat politisi terhadap kredibilitas lembaga survei, tentang elektabilitasnya dalam Pemilihan Legislatif DPRD Sulsel 2014. Dari sudut pandang politisi penelitian ini diharapkan memberi gambaran mengenai sepak terjang lembaga survei khususnya dalam momentum Pileg DPRD di Sulsel.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Sulawesi Selatan (Sulsel). Dinamika politik di Sulsel cukup dinamis dan dikenal sebagai barometer politik KTI maupun nasional. Hal tersebut mengundang masuknya lembaga survei nasional dan mendorong lahirnya banyak lembaga survei lokal ikut serta dalam kontestasi politik lokal.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian ditentukan secara purposive (*purposive*). Subjek dalam penelitian ini adalah politisi berjumlah 12 orang yang berasal dari partai berbeda yang berpartisipasi dalam pemilihan legislatif (Pileg) DPRD Sulsel 2014, diantaranya terdapat 7 orang yang berstatus sebagai *incumbent* dan terdapat 5 orang yang berstatus sebagai caleg pendatang. Dalam penelitian ini peneliti juga melakukan wawancara terhadap 4 lembaga survei.

Sumber Data

Data primer dalam penelitian bersumber dari informasi yang diberikan oleh para informan melalui wawancara mendalam dan observasi. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen yang terkait dengan penelitian ini, serta literatur-literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan teknik wawancara dan observasi, dengan menggunakan 2 metode yaitu penelaahan terhadap dokumen-dokumen tertulis yang terkait langsung maupun tidak langsung dengan obyek penelitian dan wawancara

mendalam terhadap politisi di sulsel.

Analisis Data

Semua data yang telah didapat kemudian diolah melalui tiga jalur analisis data kualitatif yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Miles dan Huberman, 1992).

HASIL

Pendapat Politisi Terhadap Kredibilitas Lembaga Survei Tentang Elektabilitasnya Dalam Pemilihan Legislatif DPRD Sulsel 2014

Dalam Pemilihan Legislatif (Pileg) DPRD Sulsel tahun 2014, secara umum terdapat empat model penggunaan lembaga survei yang dilakukan oleh politisi, antara lain (1) partai dan pribadi menggunakan lembaga survei (2) hanya partai yang menggunakan lembaga survei (3) hanya pribadi yang menggunakan lembaga survei, dan (4) pribadi dan partai tidak menggunakan lembaga survei.

Dari hasil penelitian terdapat dua pendapat berbeda yang mengemuka terkait tingkat kepercayaan politisi (Caleg DPRD Sulsel) terhadap kredibilitas lembaga survei mengenai hasil survei elektabilitasnya yang dirilis oleh lembaga survei, yaitu mempercayai hasil survei dan meragukan hasil survei.

Kategori pertama adalah politisi mempercayai hasil survei menjelaskan bahwa dalam pemilihan legislatif DPRD Sulsel politisi cenderung mempercayai hasil survei yang dirilis oleh lembaga survei mengenai elektabilitasnya. Namun para politisi yang mempercayai survei elektabilitasnya yang dirilis oleh lembaga survei pada dasarnya memiliki cara yang berbeda dalam membentuk kepercayaannya, antara lain: (1) dengan mengukur hasil

survei dengan pergerakannya di lapangan, politisi cenderung lebih mempercayai hasil survei yang hasilnya dinilai menggambarkan pergerakan politisi di lapangan, (2) membandingkan hasil survei yang dirilis oleh lembaga-lembaga survei yang ada, baik yang dikontrak secara pribadi dengan yang dikontrak oleh partai atau dengan membandingkan informasi hasil survei yang didapatkan langsung dengan jalan melakukan komunikasi personal dengan lembaga survei bagi politisi yang tidak melakukan kontrak secara pribadi. Hasil-hasil survei yang memiliki kedekatan angka satu sama lain cenderung lebih dipercayai oleh politisi.

Kategori kedua adalah politisi meragukan elektabilitasnya yang dirilis oleh lembaga survei. Hal ini didasari oleh pandangan politisi yang menganggap bahwa rasionalitas metodologi survei di pileg tidak relevan untuk mengukur elektabilitas caleg secara personal. Metodologi survei yang digunakan di pileg harus didesain secara khusus sesuai dengan karakteristik sistem pemilihan di pileg. Politisi yang meragukan hasil survei berpendapat bahwa metodologi yang digunakan oleh lembaga survei di pileg kurang lebih sama dengan metodologi yang digunakan di pilkada, sementara karakteristik pemilih, jumlah kontestan dan sistem pemilihan di pileg berbeda. Survei di pileg dinilai lebih relevan jika mengukur elektabilitas partai tiap dapilnya.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapat Politisi

Secara garis besar faktor-faktor yang mempengaruhi pendapat politisi adalah latar belakang yang ikut mempengaruhi dan membentuk pendapat politisi dalam memandang kredibilitas lembaga survei. Dalam penelitian ini terdapat dua faktor yang mempengaruhi pendapat politisi, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

Faktor internal terdiri dari faktor pengalaman dan faktor pendidikan politisi: (a) faktor pengalaman. Politisi yang telah berpengalaman menggunakan lembaga survei, baik yang digunakan secara pribadi maupun oleh partainya, memiliki pemahaman mengenai lembaga survei mana saja yang memiliki kredibilitas. Pengalaman politisi menggunakan lembaga survei selama ini secara tidak langsung ikut membentuk pemahaman politisi dalam melihat sistem dan metodologi apa yang digunakan oleh lembaga survei, termasuk membandingkan akurasi dan presisi hasil survei dari masing-masing lembaga survei. Lembaga survei yang memiliki kredibilitas berdasarkan pengalaman politisi cenderung hasil surveinya juga akan dipercaya. (b) faktor Pendidikan. Gambaran tingkat pendidikan politisi dalam penelitian ini rata-rata adalah berlatar belakang Sarjana dan Magister. Terdapat politisi yang mengakui bahwa pendapatnya terhadap elektabilitasnya dipengaruhi oleh latar belakang pendidikannya. Faktor pendidikan tersebut adalah basis keilmuan bagi seorang politisi dalam memahami sistem dan metodologi yang digunakan oleh lembaga survei. Sehingga kecenderungan politisi untuk mempercayai elektabilitasnya berdasarkan basis pengetahuan politisi dalam melihat seberapa relevan dan rasional metodologi yang digunakan oleh lembaga survei. Sedangkan dari faktor eksternal pendapat politisi dipengaruhi oleh tradisi partai dan kredibilitas lembaga survei: (a) tradisi partai. Tradisi partai yang berlangganan (sering menggunakan) lembaga survei tertentu dalam setiap momentum politik ikut mempengaruhi pandangan politisi terhadap lembaga survei tersebut. Politisi berpendapat bahwa lembaga survei yang dipilih dan sering digunakan oleh partainya diyakini berdasarkan pada pertimbangan kepercayaan partai terhadap lembaga survei tersebut. Politisi dalam memandang suatu lembaga

survei berdasarkan bagaimana partai memandang suatu lembaga survei. Sehingga kecenderungan politisi mempercayai elektabilitasnya hanya dari lembaga survei yang dipercaya oleh partainya (b) kredibilitas lembaga survei. Kredibilitas lembaga survei merupakan salah satu faktor yang juga mempengaruhi pandangan politisi terhadap hasil survei elektabilitasnya. Politisi cenderung mempercayai elektabilitasnya jika dirilis oleh lembaga survei yang menurut mereka telah memiliki kredibilitas dimata publik. Dari hasil wawancara terdapat 5 kriteria kredibilitas lembaga survei menurut politisi, diantaranya: (1) *track record* lembaga survei. *Track record* lembaga survei adalah rekam jejak dari lembaga survei tersebut yang menunjukkan bahwa lembaga survei tersebut mempunyai kemampuan dalam menyajikan kualitas data yang akurat di berbagai momentum politik (2) *Track record* pimpinan lembaga survei. *Track record* pimpinan lembaga survei adalah rekam jejak atau pengalaman yang dimiliki oleh pimpinan lembaga survei tersebut. Pada umumnya politisi tidak secara langsung mempercayai jika lembaga survei tersebut baru dikenal. Akan tetapi, meskipun lembaga survei tersebut baru dikenal, politisi akan mempercayai lembaga survei tersebut jika telah mengenal rekam jejak pimpinan atau individu yang mengelola lembaga survei tersebut sebagai orang yang sudah memiliki pengalaman berkecimpung dalam aktifitas survei (3) memiliki SDM profesional. SDM profesional dibutuhkan oleh setiap lembaga survei baik secara kualitas maupun kuantitas. Karena dalam mengelola survei membutuhkan kapasitas akademik untuk merumuskan instrumen dan metodologi penelitian, dan secara kuantitas membutuhkan tenaga lapangan yang mumpuni untuk mengumpulkan data yang representatif. Sehingga lembaga survei yang kredibel idealnya diisi oleh SDM yang

profesional (4) citra lembaga survei. Citra lembaga survei adalah kesan yang dipersepsikan oleh politisi terhadap suatu lembaga survei. Lembaga survei yang dikenal memiliki citra positif berdampak terhadap nama besar bagi lembaga survei tersebut. Sehingga bagi politisi, kredibilitas lembaga survei dapat dilihat dari citra atau nama besar yang dimiliki oleh suatu lembaga survei. Citra yang dimiliki oleh lembaga survei merupakan lambang dari kualitas yang dimilikinya (5) memiliki kantor yang jelas. Keberadaan kantor adalah salah satu kriteria suatu lembaga survei dapat dipercaya. Lembaga survei yang memiliki kantor mengindikasikan bahwa lembaga survei tersebut profesional dan transparan dalam menjalin kemitraan dengan kliennya. Lembaga survei yang memiliki kantor menunjukkan keseriusan lembaga survei tersebut fokus pada bidang yang ditekuninya secara menetap. Kebanyakan lembaga survei yang dianggap *abal-abal* pada umumnya tidak memiliki kantor yang jelas dan kehadiran mereka bersifat musiman.

Strategi Lembaga Survei dalam Menjaga Hubungandengan Politisi

Strategi lembaga survei menjaga hubungannya dengan politisi adalah serangkaian upaya atau proses pendekatan yang dibangun oleh lembaga survei agar kemitraan dengan para politisi sebagai klien yang menggunakan jasa surveinya tetap terjaga.

Dari hasil penelitian ada dua model pendekatan yang dilakukan politisi yaitu pendekatan secara emosional dan pendekatan yang bersifat profesional. Pendekatan yang dibangun secara emosional terbentuk melalui hubungan interpersonal atau pertemanan antara pribadi pimpinan lembaga survei dengan para politisi. Sedangkan pendekatan profesional yang

dilakukan oleh lembaga survei adalah dengan menjaga kredibilitasnya melalui *output* data yang berkualitas. Pada umumnya cara yang dilakukan oleh lembaga survei untuk memperoleh kualitas data survei yang baik adalah dengan merumuskan instrumen survei yang sesuai kebutuhan penelitian, menentukan metodologi dan sampel secara tepat, dan melakukan pengawasan secara ketat kepada tenaga lapangan atau surveyor yang bertugas menyerap data di lapangan.

PEMBAHASAN

Penelitian ini memperlihatkan bahwa pendapat politisi merupakan suatu sikap terbuka seorang politisi terhadap suatu objek atau fenomena. Sunarjo (1984) mengemukakan bahwa suatu pendapat merupakan jawaban terbuka terhadap suatu persoalan atau isu yang dinyatakan berdasarkan kata-kata yang diajukan secara tertulis ataupun lisan. Pendapat adalah *expressed statement* yang biasa diucapkan dengan kata-kata, juga biasa dinyatakan dengan isyarat atau cara-cara lain yang mengandung arti yang dapat dipahami maksudnya (Arifin, 2014). Pendapat adalah sebuah pernyataan preferensi terhadap suatu pihak argumen atau pilihan yang ada, hal ini bersifat kognitif sebagaimana pula evaluatif (Mc-Quail, 2011). Pendapat yang dikemukakan oleh para politisi menggambarkan kecenderungan sikapnya dalam menilai kredibel atau tidaknya suatu lembaga survei.

Dari hasil penelitian menunjukkan sikap politisi terbagi atas dua pendapat, yaitu mempercayai dan meragukan hasil survei yang dirilis oleh lembaga survei. Meskipun mempercayai hasil survei dari lembaga survei yang dinilai kredibel selama ini, namun dalam konteks Pileg kepercayaan politisi terbentuk dari proses yang berbeda-beda. Politisi menyadari bahwa di Pileg potensi biasanya hasil survei cukup besar

karena karakteristik dan dinamika politik di Pileg sangat dinamis, kemudian dari segi jumlah kontestan, jumlah caleg tiap daerah pemilihan (Dapil) terbilang banyak kemudian selisih persentase antara caleg dalam satu dapil pun sangat tipis. Hal ini pula yang mendasari terdapat caleg yang meragukan hasil survei di Pileg karena menganggap rasionalitas metodologi survei untuk mengukur elektabilitas tiap caleg tidak relevan. Terdapat tingkat kesulitan dalam mengidentifikasi figur yang menonjol tiap Dapil.

Dalam Pileg fenomena *money politic* juga ikut mempengaruhi hasil survei elektabilitas caleg cenderung meleset. *Money politic* merupakan realitas politik yang tidak terekam oleh hasil survei di Pileg. Hasil survei elektabilitas umumnya dilakukan sebanyak tiga kali, paling akhir survei dilaksanakan sepekan sebelum pemilihan. Sementara massifikasi pergerakan dan manuver politik caleg pada umumnya baru mulai dimaksimalkan satu minggu sebelum masa pemilihan. Sehingga fenomena seperti *money politic* pergerakannya tidak teridentifikasi oleh hasil survei. Meski demikian politisi tetap mempercayai hasil survei elektabilitas karena berpandangan bahwa realitas *money politic* berada di luar kendali lembaga survei.

Sementara faktor-faktor yang mempengaruhi pendapat politisi dapat dilihat dari dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri dari pengalaman dan pendidikan politisi. Latar belakang politisi menjalin kemitraan dengan lembaga survei adalah salah satu bentuk proses yang melahirkan pengalaman bagi politisi. Abelson dalam Kasali (2008), mengungkapkan bahwa salah satu yang membentuk pendapat seseorang terdiri dari unsur persepsi (*perception*), yaitu sebuah proses memberikan makna yang berakar dari beberapa faktor, diantaranya latar belakang pendidikan, kebiasaan dan adat istiadat yang

dianut seseorang, pengalaman masa lalu, nilai-nilai yang dianut (moral, etika, dan keagamaan yang dianut), berita-berita dan pendapat-pendapat yang berkembang yang kemudian mempunyai pengaruh terhadap pandangan seseorang.

Dalam penelitian ini pengalaman dan pendidikan merupakan faktor dominan yang secara internal mempengaruhi politisi dalam menilai kredibilitas lembaga survei. Pengalaman politisi menggunakan lembaga survei selama ini di berbagai momentum politik membantu politisi dalam mengamati dan menilai sistem dan metodologi apa yang digunakan oleh lembaga survei, termasuk membandingkan akurasi dan presisi hasil survei dari masing-masing lembaga survei. Lembaga survei yang memiliki kredibilitas berdasarkan penilaian politisi cenderung hasil surveinya pun juga akan dipercaya. Dalam konsep fenomenologi mengeksplorasi pengalaman manusia, bahwa manusia aktif memahami dunia sekelilingnya sebagai sebuah pengalaman hidupnya dan aktif menginterpretasikan pengalaman tersebut dengan memberikan makna atas sesuatu yang dialaminya (Littlejohn, 2009). Oleh karena itu, pengalaman dalam menggunakan lembaga survei memberi makna tersendiri bagi para politisi dalam mempersepsi atau menilai suatu lembaga survei.

Pendidikan sesungguhnya merupakan salah satu wujud dari pengalaman. Proses pendidikan formal yang politisi lalui sebelumnya dibangku perkuliahan memberi pengetahuan dasar mengenai konsep penelitian, baik secara teori maupun praktik, baik yang didapatkan di mata kuliah (statistik dan metodologi penelitian) maupun melalui tugas akhir (skripsi dan tesis). Sehingga pengalaman pendidikan yang dimiliki tersebut berkontribusi membentuk intelektualitas politisi dalam memahami metodologi dan sistem lembaga survei yang berbasis pada konsep penelitian.

mengindikasikan bahwa lembaga survei tersebut dipercaya dan dinilai kredibel. Kepercayaan tersebut menunjukkan adanya nilai-nilai dan karakteristik yang terdapat pada suatu partai disaat mengidentifikasi suatu lembaga survei. Hal tersebut secara tidak langsung juga mempengaruhi sikap dan perilaku politisi yang merupakan bagian dari keanggotaan organisasi politik. Budaya organisasi merupakan sistem makna bersama yang dianut oleh anggota-anggota yang membedakan suatu organisasi dari organisasi lain. Sistem makna bersama ini merupakan seperangkat karakteristik utama yang dihargai oleh suatu organisasi (Robbins, 2003). Tradisi atau budaya yang terbangun dalam suatu partai, khususnya intensitas partai menggunakan lembaga survei tertentu membentuk makna bagi politisi. Politisi memiliki kecenderungan mempercayai lembaga survei yang dipercaya oleh partainya.

Sedangkan kredibilitas lembaga survei juga mempengaruhi pandangan politisi secara eksternal terhadap hasil survei elektabilitasnya. Politisi cenderung mempercayai elektabilitasnya jika dirilis oleh lembaga survei yang menurut mereka telah memiliki kredibilitas dimata publik. Kredibilitas lembaga survei adalah salah satu aspek dalam reputasi lembaga survei yang dianggap berpengaruh bagi keberhasilan lembaga survei. Reputasi lembaga survei didefinisikan sebagai representasi perseptual dari gabungan kinerja masa lampau dan prospek masa depan lembaga survei. Dan hal ini dinyatakan secara keseluruhan oleh kumpulan penilaian atau opini personal politisi mengenai lembaga survei yang bersangkutan (Fombrun, 1996). Kotler dan Keller (2006), secara eksplisit menyatakan bahwa elemen penting dalam kredibilitas adalah keahlian dan kejujuran. Jadi dapat ditegaskan bahwa kredibilitas lembaga

Sedangkan salah satu persepsi terhadap kredibilitas politisi terhadap kejujuran suatu lembaga survei. Politisi cenderung mempercayai elektabilitasnya jika dirilis oleh lembaga survei yang menurut persepsinya telah memiliki kredibilitas.

Adapun hubungan yang terbangun antara lembaga survei dan politisi di Pileg bersifat simbiosis mutualisme yaitu hubungan saling membutuhkan dan saling menguntungkan. Upaya yang dilakukan oleh lembaga survei dalam menjaga relasinya bersama politisi merupakan manifestasi dari konsep humas/*public relations*. Widjaja (2010), mengungkapkan tujuan *public relations* adalah untuk menciptakan, membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi di satu pihak dan dengan publik di lain pihak dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik. Sedangkan menurut Bertrand R. Canfield (Widjaja, 2010), *public relations* memiliki fungsi mengabdikan kepentingan publik, memelihara komunikasi yang baik dan menitik beratkan moral dan tingkat laku yang baik. Fungsi *Public relations* adalah untuk membentuk hubungan antara perusahaan dengan kliennya agar dapat terjalin komunikasi yang baik, sehingga perusahaan dapat mengetahui keinginan publik, dan publik juga dapat mengetahui apa yang dilakukan perusahaan. Lembaga survei sebisa mungkin melakukan pendekatan yang baik agar citra dan kesan yang terbangun di mata politisi bersifat positif. Citra merupakan perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan, organisasi atau lembaga. Citra dengan sengaja diciptakan agar bernilai positif (Ardianto, 2011). Bagi perusahaan seperti lembaga survei citra merupakan salah satu aset terpenting agar relasi kemitraannya bersama politisi tetap terjaga.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa secara dominan politisi cenderung mempercayai kredibilitas lembaga survei mengenai survei elektabilitasnya dalam pemilihan legislatif DPRD Sulsel. Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapat politisi terdiri dari faktor internal dan eksternal. Secara internal pendapat politisi dipengaruhi oleh faktor pengalaman dan tingkat pendidikan politisi. Sedangkan secara eksternal pendapat politisi dipengaruhi oleh tradisi partai kredibilitas lembaga survei itu sendiri. Dalam penelitian ini, Politisi mengungkapkan ada lima kriteria kredibilitas suatu lembaga survei, antara lain: *Pertama*, track record lembaga survei. *Kedua*, track record pimpinan lembaga survei. *Tiga*, memiliki sumber daya profesional (kualitas maupun kuantitas). *Keempat*, memiliki citra positif (nama besar). *Kelima*, Memiliki kantor yang jelas. Strategi yang dilakukan oleh lembaga survei dalam menjaga hubungannya dengan partai politik maupun para politisi adalah melalui dua pendekatan, yaitu pendekatan yang bersifat emosional dan pendekatan bersifat profesional. Kepada Lembaga Survei peneliti berharap agar mengedepankan profesionalisme dalam menjalin kerjasama dengan kliennya, sertaperlunya menemukan dan merumuskan metodologi survei yang relevan terhadap dinamika politik yang terjadi, seperti fenomena *Money Politic* dan pergerakan politik dinamis lainnya. Kepada politisi agar lebih selektif dalam menggunakan lembaga survei. Politisi idealnya menentukan standar atau kriteria yang ideal di saat akan menggunakan lembaga survei yang dengan melihat *track record*, metodologi survei yang digunakan, latar belakang pendidikan yang melakukan survei serta kekonsistenan lembaga survei dalam melakukan survei-survei terkait.

DAFTAR RUJUKAN

- Ardianto, Elvinaro. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Arifin, Anwar. (2014). *Politik Pencitraan Pencitraan Politik*. Edisi 2. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Fombrun, J. Charles. (1996). *Reputation Realizing Value from the Corporate Image*. Boston: Harvard Business School Press.
- Kasali, Rhenald. (2008). *Manajemen Public Relations: Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti
- Kotler, Philip dan Keller, Lane K. (2006). *Marketing Management*. Pearson Education Inc
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. (2009). *Teori Komunikasi (theories of human communication)*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mc-Quail, Dennis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Edisi 6---Buku 2. Jakarta: Salemba Humanika
- Miles, Matthew dan Huberman, A. Michael. (1992). *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tantang Metode-Metode Baru*. Jakarta: UI Press
- Robbins, Stephen P. (2003). *Perilaku organisasi*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Siregar, Ballian. (2010). *Fenomena Profesionalisme Lembaga Survei Pendapat Publik Pada Pemilu Presiden 2009*. Tesis. Jakarta: Pascasarjana Universitas Indonesia
- Sunarjo, Djunaesih S. (1984). *Pendapat Publik*. Yogyakarta: Liberty
- Widjaja, H.A.W. (2010). *Komunikasi, Komunikasi & Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara