

PERAN MEDIA CENTER DALAM MENGELOLA DAN MEMBENTUK CITRA KANDIDAT DIA PADA PEMILIHAN WALIKOTA MAKASSAR 2013

Syahrir Soleman, Hasrullah, M. Iqbal Sultan

Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, Makassar

Abstract

DIA Media Center is the central of planning and managing imaging messages a candidate on Election Mayor and Vice Mayor of Makassar in 2013. The aim of this research was to find out the role of media center in managing and shaping the image of DIA candidates and communication strategy used by media center in the election of mayor and vice mayor of Makassar in 2013. The research used descriptive method with qualitative approach conducted in Makassar City, South Sulawesi Province consisting of 8 informants who were all the team members of DIA media center. The data were obtained through observation and interview. They were analyzed using qualitative analysis. The results of the research indicate that media center controls production and dissemination process of imaging messages through printed media such as newspapers, outdoor advertisements, car stickers, and small format media, electronic media such as television and radio, and social media such as facebook, twitter, youtube, and websites. Media center is also used to deaden and neutralize negative campaign and black campaign from political opponents. Communication planning is done through communication strategy through the stages of setting the goals, analyzing the audience, developing the message, choosing communication media, disseminating message through individual communication, group communication, and mass communication, and doing gradual evaluation

Keywords : Media Center; Image; DIA Candidate; Makassar Election 2013

Abstrak

Media Center DIA merupakan pusat perencanaan dan pengelolaan pesan pencitraan kandidat pada Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Makassar 2013. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran media center dalam mengelola dan membentuk citra kandidat DIA dan strategi komunikasi yang digunakan media center pada pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Makassar pada tahun 2013. Penelitian ini dilakukan di Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan. Jumlah informan 8 orang yang kesemuanya merupakan bagian tim media center DIA. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara. Data dianalisis secara kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media center mengontrol proses produksi dan penyebaran pesan pencitraan melalui media cetak seperti koran, iklan luar ruang, stiker mobil, media format kecil, dan juga media elektronik seperti televisi, radio serta media baru seperti media sosial facebook, twitter, youtube, website. Media center juga digunakan untuk meredam dan menetralkan kampanye negative dan kampanye hitam dari lawan politik. Perencanaan komunikasi dilakukan melalui strategi komunikasi dengan tahapan menetapkan tujuan, menganalisis khalayak, menyusun pesan, memilih media komunikasi, dan menyebarkan pesan melalui komunikasi individu, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa, kemudian melakukan evaluasi secara bertahap.

Kata Kunci : Media Center; Citra; Kandidat DIA; Pilwali Makassar 2013

PENDAHULUAN

Pemilihan Kepala Daerah merupakan cerminan bahwa semangat otonomi daerah telah benar-benar membawa kemajuan pada sisi kehidupan demokrasi di Indonesia

khususnya di tingkat daerah. Salah satu mekanisme yang diberlakukan untuk mendukung terlaksananya otonomi daerah ini adalah melalui Pemilihan Kepala Daerah karena akan menentukan bagaimana perkembangan dan kemajuan pembangunan

suatu daerah dalam lima tahun kedepan, baik itu pada Pemilihan Gubernur maupun Pemilihan Walikota atau Bupati.

Citra adalah segala hal yang berkaitan dengan situasi keseharian seseorang; menyangkut pengetahuan, perasaan dan kecenderungannya terhadap sesuatu. (Nimmo, 2000). Citra dalam konteks humas citra diartikan sebagai "kesan, gambaran, atau impresi yang tepat (sesuai dengan kenyataan) atas sosok keberadaan berbagai kebijakan personal personal atau jasa-jasa dari suatu organisasi atau perusahaan. (Jefkins, 1992). Kekuatan utama dalam penggunaan media untuk komunikasi politik adalah membangun opini publik, citra politik berkaitan dengan pembentukan opini publik (Cangara, 2013). Karena pada hakikatnya opini publik politik terbangun melalui citra politik, sedangkan citra politik terwujud sebagai konsekuensi kognisi dari komunikasi politik. (Robert dalam Arifin, 2013).

Media Center merupakan salah satu dari multi strategi dan taktik yang digunakan dalam membangun citra positif pada kandidat calon Walikota dan Wakil Walikota dengan tujuan memengaruhi sikap dan perilaku khalayak dengan menyebarkan pesan politik dan melakukan evaluasi. (Burney dalam Ruslan, 2007). Media Center dalam proses Pemilihan Umum merupakan hal yang baru terjadi dalam prosesi Pemilihan Kepala Daerah, karena pemilihan umum dilaksanakan secara langsung sehingga figur kandidat menjadi subjek yang akan dipilih merupakan aktivitas penyampaian pesan politik dalam media massa untuk menarik perhatian konstituennya. (Hendricks, 2010). *Public Relations* Politik sebagai penggunaan saluran-saluran media untuk mengomunikasikan interpretasi isu-isu politik yang khusus dalam upaya pengumpulan dukungan publik. (Froehilch dan Rudiger, 2005).

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti ingin melihat sejauh mana peran dan strategi komunikasi Media Center DIA dalam mengelola dan membentuk citra kandidat Danny Pomanto - Syamsu Rizal (DIA) pada pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Makassar dengan judul : Analisis Peran Media Center Dalam Mengelola Dan Membentuk Citra Kandidat DIA Pada Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Makassar tahun 2013. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana peran dan strategi komunikasi Media Center DIA dalam mengelola dan membentuk citra kandidat Danny Pomanto - Syamsu Rizal (DIA).

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Tipe Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu dengan menggunakan metode wawancara mendalam kepada para informan yang berhubungan dengan penelitian ini, kemudian hasilnya nanti akan diungkapkan, diuraikan dan dideskripsikan.

Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Media Center pasangan calon Danny Pomanto – Syamsu Rizal, serta tim yang terlibat langsung dalam pemenangan kandidat DIA pada pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Makassar tahun 2013.

Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ada tiga, yang pertama adalah wawancara mendalam, yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan, dengan

atau tanpa menggunakan pedoman wawancara, dimana pewawancara terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama (Bungin, 2011). Yang kedua adalah observasi, yaitu kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja panca indra mata serta dibantu dengan panca indra lainnya (Bungin, 2011). Dan yang terakhir adalah dokumentasi, yang digunakan dalam menelusuri data historis.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah model analisis interaktif Miles and Huberman. terdapat empat proses yang berlangsung secara interaktif. (Sugiyono, 2010). *Pertama*, Pengumpulan data, mengumpulkan data yang sebanyak-banyaknya untuk dapat memberikan jawaban dari permasalahan yang sedang dikaji dalam sebuah penelitian. Data yang diperoleh bersifat kualitatif, yang akhirnya setelah diolah dapat dibuang berbagai informasi yang dianggap tidak perlu, *Kedua* reduksi data, karena data masih bersifat tumpang tindih, maka perlu direduksi dan dirangkum. Dalam proses ini data dipilah-pilah dan disederhanakan pada pokok-pokok permasalahan yang relevan, memfokuskan pada masalah yang penting. Dengan cara seperti ini susunan data lebih sistematis dan memberikan gambaran realita. Sedangkan data yang tidak diperlukan disingkirkan, untuk memberi kemudahan dalam menampilkan, menyajikannya dan menarik kesimpulan sementara.

Ketiga, Penyajian Data, yaitu untuk melihat secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dalam penelitian, data yang telah dipilah-pilah dan disisihkan tersebut telah disusun sesuai kategori yang sejenis untuk ditampilkan selaras dengan permasalahan yang dihadapi. *Keempat*, Menarik Kesimpulan, merupakan proses untuk

penarikan kesimpulan dari berbagai kategori data yang telah direduksi dan disajikan untuk menuju pada kesimpulan akhir yang mampu menjawab, menerangkan tentang berbagai permasalahan penelitian.

Langkah analisis data bertujuan untuk mencari dan menata data secara sistematis dari catatan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang telah dilakukan. Dengan melakukan pengkajian dan penyusunan secara sistematis semua transkrip wawancara, catatan lapangan, bahan-bahan yang telah dihimpun untuk memperoleh deskripsi secara utuh tentang Media Center DIA dan mengkomunikasikan apa yang telah ditemukan dalam bentuk laporan.

HASIL

Kota Makassar merupakan kota terbesar keempat di Indonesia dan terbesar di Kawasan Timur Indonesia memiliki luas areal 175,77 km² dengan jumlah penduduk 1.369.606 jiwa. Secara administratif Kota Makassar terbagi atas 14 kecamatan, 143 kelurahan, 974 RW dan 4.827 RT.

Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) Kota Makassar menetapkan Pilwali Kota Makassar diikuti oleh 10 pasang Calon Walikota dan Wakil Walikota Makassar yang berhak mengikuti Pilwali pada tanggal 18 September 2013. Pasangan calon nomor urut 8, yaitu Danny Pomanto - Syamsul Rizal (DIA) ditetapkan sebagai Walikota dan Wakil Walikota Makassar terpilih. Pasangan Danny Pomanto - Syamsul Rizal berhasil meraih 182.484 suara atau 31,18 persen. Total suara sah sebanyak 585.291 suara, suara tidak sah sebanyak 7.008 suara dan total suara sebanyak 592.299 suara.

Pasangan kandidat Danny Pomanto-Syamsul Rizal (DIA) menawarkan visi yaitu, tiga pokok pikiran yang secara konseptual diarahkan pada aspek

kesejahteraan masyarakat dan pembaharuan tata kelola Kota dan Pemerintahan yang baik, yaitu pada kata *Kota Dunia, Nyaman dan Untuk Semua*, dengan rumusan misi yaitu, Rekonstruksi Untuk Keadilan, Optimalisasi Birokrasi, Restorasi Tata Ruang, Pembangunan Terpadu. Program yang tertuang melalui visi dan misi tersebut menjadi pokok materi pesan yang disebarkan oleh Media Center DIA.

Media Center DIA merupakan tim yang memiliki posisi sangat strategis berada dibawah kandidat Danny Pomanto- Syamsul Rizal (DIA), yang berfungsi sebagai tim yang merencanakan dan mengelola pesan-pesan pencitraan kandidat DIA. Tim Media Center juga meredam dan menetralkan *black campaign* dan *negative campaign* dari lawan politik. Proses pengelolaan pesan pencitraan kandidat DIA oleh tim Media Center melalui perencanaan komunikasi dengan tahapan menetapkan tujuan, menentukan strategi, menyusun materi pesan, memilih media komunikasi, dan melakukan evaluasi setiap saat untuk melakukan revisi terhadap program yang telah direncanakan sebelumnya.

Media Center DIA menggunakan strategi komunikasi dengan mengklasifikasikan khalayak sesuai dengan kondisi dan kebutuhan khalayak, yang kemudian dijadikan bahan acuan untuk menentukan bentuk materi pesan. Kemudian Tim Media Center DIA menetapkan metode untuk mengkomunikasikan lewat bentuk komunikasi searah dan dua arah yaitu, komunikasi individu, komunikasi kelompok dan komunikasi massa.

PEMBAHASAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa tim Media Center DIA mengambil peran yang sangat penting dan strategis dalam

merencanakan pengelolaan pencitraan Pasangan kandidat Danny Pomanto - Syamsul Rizal (DIA). Tim Media ini terbentuk dari gabungan 2 (dua) Tim Media yaitu, Tim Media Danny Pomanto dan Tim Media Syamsu Rizal yang dinamakan Sobat Muda. Dalam hasil penelitian yang telah dilakukan, terlihat bahwa kedua Tim Media bergerak pada koridor masing-masing yang awalnya secara sengaja diatur untuk mengelola dan menjaga citra positif kandidat dengan fokus penyebaran pesan prestasi dan rekam jejak positif masing-masing kandidat baik Danny Pomanto dan Syamsu Rizal. Media Center juga menjadi pusat distribusi logistik material kampanye.

Perencanaan yang dilakukan oleh tim Media Center DIA disusun dan dilaksanakan secara sistematis dan terukur melalui tahapan-tahapan yang disesuaikan dengan kebutuhan tujuan untuk memenangkan pasangan kandidat DIA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Media Center DIA pembahasan dan perumusan rencana berbasis pada data dan fakta yang berhasil dikumpulkan oleh tim-tim diluar tim Media Center DIA. Danny Pomanto dan Syamsu Rizal sebagai kandidat selalu terlibat pada setiap sesi pembahasan dan juga sesi evaluasi.

Dalam menentukan strategi, Media Center DIA menghimpun segala kebutuhan dan harapan masyarakat terhadap calon pemimpin Kota Makassar untuk 5 tahun kedepan. Hasil survei dari berbagai lembaga survei dan survei internal tim pemenangan menjadi salah satu dasar dan motivasi untuk menentukan strategi pemenangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tim Media Center berhasil menangkap dan mengklasifikasi berbagai kebutuhan dan harapan dari berbagai tingkatan masyarakat yang ada di Kota Makassar.

Untuk penyusunan pesan pencitraan kandidat DIA, hal yang sering dilakukan

oleh Media Center adalah dengan melakukan teknik-teknik propaganda kampanye. Fokus pesan yang dibangun terutama pada prestasi-prestasi yang pernah diraih oleh kandidat dan rekam jejak yang telah dilewati oleh kandidat DIA. Pesan disesuaikan dengan karakteristik khalayak, pertimbangan *timing* juga ikut menentukan kapan pesan harus disampaikan. Media Center DIA hampir tidak pernah melakukan serangan berupa kampanye hitam atau kampanye negatif terhadap kompetitor lainnya.

Media digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan pencitraan kandidat DIA kepada khalayak dengan tujuan untuk memengaruhi pilihan politik masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Media Center memanfaatkan jenis-jenis media yang banyak menyentuh hampir setiap segmentasi khalayak. Media massa berupa media cetak dan media elektronik digunakan untuk menyebar pesan-pesan yang berupa visi dan misi masing-masing kandidat serta setiap agenda kegiatan yang dilakukan kandidat. Tim Media Center juga menggunakan media baru (*new media*) berupa media sosial, blog dan website khusus untuk mendapatkan komentar langsung dari khalayak, karena media sosial dapat berfungsi sebagai media komunikasi dua arah. Pemilihan Media Sosial juga bermanfaat untuk memudahkan penyebaran dokumentasi agenda kegiatan yang telah dan akan dilakukan oleh kandidat DIA.

Proses evaluasi dilakukan sebagai tolak ukur keberhasilan dan kegagalan dari strategi yang telah tersusun sebelumnya untuk melakukan revisi terhadap program-program yang tidak berjalan secara maksimal. Media Center DIA selalu melakukan evaluasi keseluruhan pada akhir agenda yang telah dilaksanakan selama sehari dan juga pada saat agenda yang sedang berjalan. Evaluasi juga dilakukan dengan menggunakan data

hasil survei dari berbagai lembaga survei, sebagai ukuran sejauh mana tujuan program terlaksana dengan maksimal. Pada proses evaluasi setiap orang dalam Media Center diwajibkan dan diharuskan melaporkan hasil kinerja baik yang maksimal maupun yang tidak maksimal.

Dalam hal pencapaian target kemenangan yang diraih oleh pasangan kandidat DIA tidak terlepas dari penerapan strategi komunikasi tersusun secara sistematis dan optimal ketika dilaksanakan. Media Center yang menjalankan fungsi-fungsi *spin doctor* atau *public relations* politik selalu meredam isu-isu negatif yang ditujukan ke pasangan kandidat DIA. Isu mengenai putra daerah yang selalu dialamatkan ke Danny Pomanto tidak dibalas langsung secara terang-terangan oleh Media Center. Hal sering dilakukan untuk meredam isu tersebut adalah dengan membuat isu tandingan berupa publikasi hasil karya Danny Pomanto terhadap pembangunan Kota Makassar. Yang secara langsung menimbulkan empati dari masyarakat Kota Makassar. Pengalihan isu putra daerah sebelumnya sudah dilakukan oleh tim Sobat Muda dari Syamsu Rizal, dengan menggunakan penambahan nama *deng' ical* untuk mempertegas identitas pasangan kandidat DIA adalah benar-benar putra daerah Kota Makassar. Dalam menentukan komunikator sebagai penyampai pesan pada khalayak dilibatkan para tokoh masyarakat, tokoh politik, dan tokoh nasional (Heryanto, 2012). Dari hasil penelitian ditemukan bahwa Ilham Arif Sirajuddin sebagai Walikota dan Ketua Partai Demokrat juga ikut testimoninya. Tokoh nasional seperti Jusuf Kalla pun tidak luput dari sasaran yang dijadikan sebagai komunikator dalam bentuk dokumentasi foto dan video. Figur Danny Pomanto sebagai profesional yang dijadikan sebagai fokus dalam memenangkan Pilwali Kota Makassar, dan Syamsu Rizal sebagai aktivis kemanusiaan.

Materi pesan yang dibangun disesuaikan dengan kondisi faktual dari pasangan kandidat DIA yang tidak dibuat-buat sehingga terlihat alami ketika terjun *blusukan* ke masyarakat. Berbagai macam *tag line* diantaranya Ana'Loronna Makassar, 2x+baik, Masa DPan Makassar, Tata Lorong Bangun Kota Dunia, Makassar Menuju Kota Dunia. Bentuk- bentuk pesan inilah yang menjadi tren yang tidak dimiliki oleh pasangan kandidat lainnya.

Strategi memilih media sebagai saluran komunikasi turut memudahkan sampainya pesan pencitraan kepada khalayak. Media Center memilih saluran komunikasi melalui bentuk komunikasi individu dengan melakukan pendekatan personal tim pemenang kepada individu-individu yang merupakan tokoh masyarakat. Kemudian komunikasi kelompok untuk menjangkau simpul-simpul masyarakat dari berbagai kalangan mulai dari kalangan akar rumput sampai kalangan elit. Dan melalui komunikasi massa untuk sasaran khalayak yang jumlahnya tidak terbatas dengan tujuan untuk membangun citra positif pasangan kandidat DIA.

KESIMPULAN

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Media Center DIA difungsikan sebagai pusat pengkajian strategi pemenangan pasangan kandidat Danny Pomanto - Syamsu Rizal. Media Center tidak lagi hanya digunakan sebagai pusat sirkulasi informasi mengenai kandidat saja, melainkan melakukan proses perencanaan dan pengelolaan segala macam bentuk materi-materi dan strategi untuk memenangkan kandidat DIA pada Pilwali Kota Makassar. Posisi strategis Media Center dalam tim pemenang memberikan ruang yang leluasa untuk memaksimalkan kinerja yang bertujuan memenangkan

pasangan kandidat DIA. Proses perencanaan dan pengelolaan pesan pencitraan kandidat DIA, dilakukan secara sistematis dan konsisten sehingga tujuan dapat tercapai. Perumusan strategi pemenangan yang memaksimalkan strategi komunikasi sebagai bagian dari perencanaan komunikasi membawa hasil yang signifikan dalam menyampaikan pesan pencitraan kandidat DIA kepada khalayak pemilih. Penggunaan berbagai jenis media komunikasi untuk menyampaikan pesan pencitraan kandidat DIA turut memengaruhi pilihan-pilihan politik khalayak. Pendekatan yang dilakukan oleh Media Center kepada khalayak pemilih melalui bentuk komunikasi individu, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa membuahkan hasil yang maksimal dan terukur. Saran penelitian ini adalah dibutuhkan pendalaman mengenai tugas dan fungsi Media Center sebagai pusat informasi dan fungsi sebagai pusat perumusan strategi pemenangan. Kemudian dibutuhkan telaah lebih lanjut dalam memaknai dan menggunakan konsep Media Center dengan konsep pusat pengkajian strategi dalam bidang politik di Indonesia sehingga dapat menghasilkan kesepahaman tentang konsep Media Center yang baku secara ilmiah.

DAFTAR RUJUKAN

- Arifin, Anwar. (2013). *Politik Pencitraan*. Pustaka Indonesia : Jakarta.
- Bungin, Burhan. (2011). *Penelitian Kualitatif*. Kencana : Jakarta
- Cangara, Hafied. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada : Jakarta
- Froehlich, R. and Rudiger B. (2005). *Framing Political Public Relations: Measuring Succes of Political Communication Strategies in Germany*, *Public Relation Review*, 32. Munich.

- Hendricks, John Allen and Robert E. Denton, Jr. (2010). *Communicator-in-chief : how Barack Obama used new media technology to win the white house*. Lexington Books : United States of America.
- Heryanto, Gun Gun. Zarkasy. (2012). *Public Relations Politik*. Ghalia Indonesia: Bogor.
- Jefkins, Frank. (1992), *Essentials of Public Relations*. Heinemann Asia : Singapore.
- Nimmo, Dan. (2000). *Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan dan Media*. PT. Remaja Rosda Karya : Bandung.
- Ruslan, Rosady. (2007). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Penerbit Rajawali Pers : Jakarta.
- Sugiyono. (2010). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung.