

POLITIK PENCITRAAN DALAM PERSPEKTIF KOMUNIKASI ISLAM

Anang Anas Azhar

Dosen Pascasarjana UINSU, UMSU dan Pengajar Tetap
di Fakultas Ilmu Sosial (FIS) UIN Sumut-Medan

Abstrak: Disadari atau tidak, politik pencitraan menjadi pragmentasi yang sering dilakoni partai politik peserta pemilu. Pragmentasi itu menguat seiring dengan berubahnya wajah perpolitikan Indonesia kepada sistem politik multi partai. Di tengah-tengah masyarakat yang masih lekat pengetahuannya pada partai lama, partai-partai baru yang bermunculan berupaya meaih simpatisme masyarakat dengan membangun politik pencitraan agar mereka dapat diterima masyarakat dengan baik. Partai-partai baru tak terkecuali partai politik berbasis Islam, menampilkan berbagai macam wajah, yang kesannya sebagai katalisator positif untuk politik pencitraan. Komunikasi dalam perspektif Islam, harus dilaksanakan dengan mengedepankan prinsip-prinsip kebaikan, kejujuran dan kebenaran. Dalam literatur komunikasi Islam, ada beberapa prinsip komunikasi Islam yang lazim dipahami, yaitu: 1. *Qaulan sadida*; 2. *Qaulan baligha*; 3. *Qaulan ma'rufa*; 4. *Qaulan karima*; 5. *Qaulan layinan*; 6. *Qaulan maysura*. Dua dari 6 prinsip komunikasi yang dilakukan, menjadi hal utama yang harus diperhatikan dalam proses politik pencitraan politik. Pertama, *qawlan Sadida* (berkata dengan benar dan jujur). Pencitraan dari perpektif terminologi ini, harus dilakukan dengan menjunjung tinggi kejujuran dan kebenaran. Islam memandang komunikasi harus dilakukan denggan benar, faktual, dan tidak mengandung unsur rekayasa atau memanipulasi fakta. Kedua, *qawlan ma'rufan* (perkataan yang baik). *Qawlan ma'rufan* sebagaimana dijelaskan Ilaihi dapat diartikan sebagai ungkapan atau ucapan yang pantas dan baik. Politik pencitraan dari perspektif komunikasi Islam harus dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip komunikasi Islam, yaitu memberikan pesan sesuai dengan fakta dan tidak dimanipulasi. Politik pencitraan dalam pandangan Islam menekankan pada unsur pesan (*message*), yakni risalah atau nilai-nilai yang disampaikan harus sesuai dengan ajaran Islam, cara (*how*) penyampaiannya juga mengandung kejujuran, gaya bicara yang digunakan harus santun dan menjunjung etika.

Kata Kunci: politik, pencitraan, komunikasi Islam

Pendahuluan

Dalam konteks perpolitikan Indonesia, disadari atau tidak, politik pencitraan menjadi pragmentasi yang sering dilakoni oleh partai-partai peserta pemilu. Pragmentasi itu menguat seiring dengan berubahnya wajah perpolitikan Indonesia kepada sistem politik multi partai. Di tengah-tengah masyarakat yang masih lekat pengetahuannya pada partai lama, partai-partai baru yang bermunculan berupaya meraih simpatisme masyarakat dengan membangun pencitraan agar mereka dapat diterima masyarakat dengan baik. Partai-partai baru menampilkan berbagai macam wajah, yang kesannya menguatkan kehadiran mereka adalah sebagai katalisator positif bagi peningkatan aspirasi politik masyarakat.

Menampilkan berbagai macam wajah di ranah publik, adalah bahagian dari proses pencitraan yang lazim disebut dengan istilah politik pencitraan, yaitu penggambaran yang dilakukan partai tentang

dirinya kepada publik, sehingga masyarakat merasa tertarik dan simpatik. Mengikuti logika berpikir Dan Nimmo, politik pencitraan dapat dilakukan melalui: *Pertama, pure publicity*, yaitu dengan cara memopulerkan diri melalui aktivitas yang sesuai dengan setting sosial masyarakat. Artinya, apa yang cenderung dilakukan masyarakat, partai turut melakoninya. *Kedua, free ride publicity*, yakni dengan cara menunggangi pihak lain yang merasa berkepentingan juga dalam persoalan pencitraan. *Ketiga, tie-in publicity* yakni memanfaatkan kejadian-kejadian, seperti peristiwa tsunami, gempa bumi, atau banjir sehingga partai mencitrakan dirinya memiliki kepedulian sosial. *Keempat, paid publicity* yakni cara memopulerkan diri lewat rubrik atau program, dan lain-lain.¹

Pencitraan politik pada prinsipnya dilakukan dalam rangka mempengaruhi masyarakat dengan cara menanamkan opini. Tujuannya adalah agar tetap terlihat sempurna di mata orang lain, meskipun sesungguhnya paling buruk. Pencitraan yang demikian, tentu bertentangan jika ditinjau dari perspektif komunikasi Islam. Membangun pencitraan dalam Islam adalah sebetulnya upaya untuk pembaharuan dan penyempurnaan diri ke arah yang lebih baik, dengan prinsip kejujuran dan kebenaran. Pesan dalam komunikasi Islam harus disampaikan secara jujur, menghindari fitnah dan sebagainya. Atas dasar itu, penulis berkeinginan untuk menganalisis pencitraan politik yang sedang mengemuka sekarang ini, dari perspektif komunikasi Islam. Politik pencitraan yang dibahas dalam konteks makalah ini adalah politik pencitraan yang dilakukan oleh secara umum partai-partai politik di Indonesia.

Pembahasan

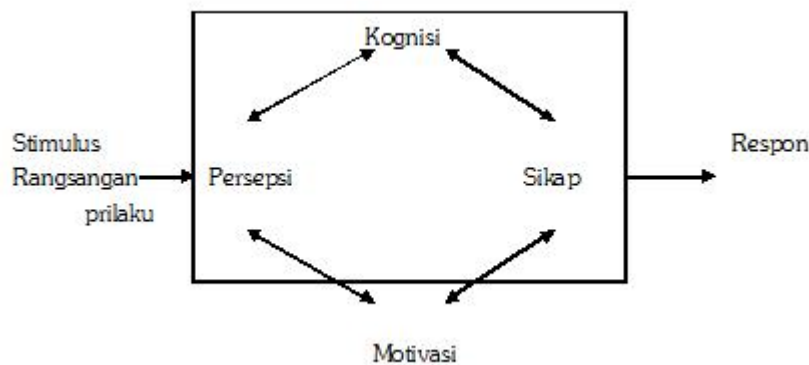
Terbentuknya Pencitraan

Citra didefinisikan sebagai konstruksi atas representasi dan persepsi khalayak terhadap individu, kelompok atau lembaga yang terkait dengan kiprahnya dalam masyarakat. Kotler misalnya, menjelaskan makna citra sebagai jumlah dari keyakinan-keyakinan, gambaran-gambaran, dan kesan-kesan yang dimiliki seseorang pada suatu objek. Objek yang dimaksud bisa berupa orang, organisasi, kelompok atau yang lainnya yang dia ketahui.²

Soleh Soemirat dan Elvinaro, memaknai citra sebagai kesan, perasaan dan gambaran dari publik terhadap perusahaan atau kesan yang sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi.³ Berdasarkan definisi tersebut, Soemirat kemudian menjelaskan bahwa terdapat beberapa faktor yang terkait dalam proses pembentukan pencitraan, yaitu:

- a. Persepsi, yaitu hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Dengan kata lain individu akan memberikan makna terhadap rangsangan berdasarkan pengalamannya mengenai suatu produk. Kemampuan mempersepsi itulah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra.
- b. Kognisi, yaitu suatu keyakinan diri individu terhadap stimulus. Keyakinan itu akan timbul apabila individu telah mnegerti rangsang itu sehingga individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup yang dapat mempengaruhi perkembangan informasinya.
- c. Motif, yaitu keadaan dalam individu yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan.
- d. Sikap, yaitu kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi obyek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukanlah perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu.⁴

Pencitra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang. Proses pembentukan citra dalam struktur kognitif yang sesuai dengan pengertian sistem komunikasi digambarkan oleh John S. Nimpoeno sebagaimana dikutip Soleh Sumirat dan Elvinaro.⁵



Gambar 1. Model Pembentukan Citra

Gambar di atas memperlihatkan kuatnya hubungan antara input-output dalam proses pembentukan citra. Stimulus yang diberikan merupakan input dalam mempengaruhi citra pada benak individu, dan output merupakan respon atau tanggapan yang muncul, yaitu berupa perilaku tertentu. Citra itu sendiri diproses melalui persepsi – kognisi – motivasi – sikap. Rangsangan akan diproses berdasarkan persepsi terhadap objek yang di lihat. Dengan kata lain, individu akan memberikan makna terhadap rangsangan yang dipersepsinya. Sedangkan kognisi atau keyakinan individu akan menguat terhadap stimulus, ketika seseorang itu mengerti informasi yang yang mempengaruhi perkembangan kognisinya.⁶ Motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan. Sikap, yaitu kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu. Sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi. Sikap menentukan apakah orang akan menerima atau menolak, menyukai atau tidak menyukai. Dengan demikian, citra politik selalu berubah sesuai dengan berubahnya pengetahuan politik dan pengalaman politik seseorang.

Politik Pencitraan dalam Konteks Indonesia

Pencitraan merupakan kesan yang sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. Bagi partai politik, pencitraan sangat penting karena dapat mempengaruhi perolehan suara pada pemilihan umum. Jika partai mampu membangun citra positif, maka besar kemungkinan partai tersebut akan berhasil menarik simpatisme dan dukungan kuat dari masyarakat. Melihat begitu pentingnya citra bagi partai politik, maka diperlukan sebuah konstruksi dengan kata lain dibutuhkan langkah untuk membangun atau membentuk citra positif partai politik agar tetap mendapatkan kepercayaan dihati masyarakat. Fakta empiris membuktikan pentingnya pencitraan partai, meskipun membutuhkan waktu lama. Pencitraan dapat mendorong perolehan suara partai pada pemilu.

Pencitraan awalnya identik dengan kegiatan kehumasan (*public relations*) dalam dunia bisnis. Tetapi terminologi ini kemudian bergeser pada kegiatan politik, sehingga dinamika perpolitikan erat dengan istilah politik pencitraan. Dalam konteks perpolitikan di Indonesia misalnya, politik pencitraan menjadi bahasa sehari-hari yang lazim disajikan oleh media massa cetak maupun elektronik. Istilah politik pencitraan semakin akrab di telinga masyarakat Indonesia, ketika kaum akademisi maupun praktisi menjadikannya sebagai bahan diskusi ilmiah dalam berbagai kesempatan.

Bila ditinjau dari sudut kesejarahan, pencitraan seperti dijelaskan Rendro Dhani sudah dilakukan manusia seiring dengan perkembangan peradabannya. Para pemimpin suku primitif misalnya, berkepentingan menjaga reputasi mereka dengan melakukan pengawasan terhadap para pengikutnya melalui penggunaan simbol, kekuatan, hal-hal yang bersifat magis, tabu, atau supranatural. Pada zaman Mesir Kuno, untuk memelihara kesan publik akan keagungan rajanya maka didirikanlah bangunan-bangunan semacam

piramida dan spinx dan memposisikan raja sebagai tuhan. Pada masa perkembangan peradaban Yunani dan Romawi, kesadaran akan pentingnya opini publik dan pencitraan juga sangat kuat. Karya seni dan sastra pada masa itu banyak diarahkan untuk menguatkan reputasi raja. Kaum bangsawan istana umumnya adalah ahli-ahli persuasi dan retorika yang luar biasa. Karya pidato Cicero, tulisan bersejarah Julius Caesar, bangunan-bangunan dan ritual saat itu banyak digunakan sebagai media pembentukan opini publik dan pencitraan.⁷

Istilah politik pencitraan dalam perpolitikan Indonesia, mulai berkembang sejak berubahnya sistem politik Indonesia dari monopolitik kepada sistem multi partai. Sebagaimana disebutkan Anwar Arifin, bahwa dalam konteks perpolitikan di Indonesia, pencitraan politik semakin menguat, ketika Indonesia menerapkan sistem pemilu langsung berdasarkan suara terbanyak. Janji politik yang dikemas dengan berbagai bentuk dan disebarluaskan melalui media massa merupakan salah satu bentuk pencitraan politik.⁸

Perkembangan politik pencitraan semakin menguat sejak reformasi 1998 bergulir. Mobilitas politik massa lahir ke permukaan dengan warna-warni yang berbeda. Wajah perpolitikan secara nasional berubah drastis setelah sebelumnya dalam kurun waktu 32 tahun terbungkam dalam kebijakan politik Orde Baru yang sarat nuansa otoriter. Seperti sebuah saluran pipa air yang sudah lama tersumbat lalu kemudian terbuka lebar, maka bermunculanlah wadah-wadah penampung aspirasi publik berupa partai politik baru. Munculnya partai politik baru, menandai berakhirnya era monopolitik yang menjenuhkan dan melaju ke arah perpolitikan yang bebas, demokratis dan kompetitif.⁹

Kompetitifnya persaingan antara partai di era demokrasi multipartai, mendorong setiap partai untuk melakukan pencitraan politik. Terutama dalam sistem pemilihan yang bersifat langsung, popularitas adalah satu hal yang utama dan penting. Orang yang populer tentu saja merupakan orang yang disukai banyak orang. Upaya untuk menjadi populer tersebut, maka berbondong-bondong para elit politik dan juga partai politik melakukan politik pencitraan dengan tujuan mendapatkan legitimasi politik dari masyarakat. Sebagaimana dijelaskan Vidyarini, bahwa dalam wacana populer, tampilan-tampilan secara audio dan visual dipercaya sebagai strategi yang ampuh untuk membuat orang menjadi populer. Seseorang dapat menyenangkan hati rakyat dan mendapatkan legitimasi dari rakyat, khususnya terhadap pemilih pemula dan pemilih yang rasional (*swing voter*) dengan bantuan media informasi dan komunikasi.¹⁰

Era demokrasi mendorong setiap partai berupaya memberikan yang terbaik bagi masyarakat. Karena dalam era demokrasi, kompetisi antara parpol semakin tinggi, sehingga salah satu tugas berat bagi parpol adalah bagaimana caranya agar parpol tersebut bisa diterima oleh masyarakat. Kondisi ini kemudian mendorong partai berupaya menguatkan keberadaannya dengan berbagai strategi. Ada yang menunjukkan eksistensinya dengan menonjolkan programnya, ada yang menonjolkan ketokohan, simbol-simbol, jargon-jargon hingga singkatan nama. Hal itu semua dilakukan partai dalam rangka politik pencitraan sehingga mampu membentuk popularitas. Politik pencitraan merupakan salah satu strategi untuk memenangkan kontestasi politik.

Politik pencitraan tersebut semakin berkembang dan atraktif, ketika sistem pemilihan langsung dalam Pemilu 2004 dan terlihat hingga Pemilu 2009. Masa kampanye yang lebih lama dan sistem suara terbanyak, memungkinkan satu partai, baik secara institusional maupun individual untuk melakukan pencitraan politik yang lebih beragam dan menarik. Bahkan sejumlah partai memanfaatkan jasa media massa, *hotline advertising*, dan sebagainya untuk memuluskan pencitraannya. Pemilu Presiden 2004 yang dimenangkan Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) misalnya, merupakan indikasi kuatnya pencitraan politik yang dilakukan SBY. Sebagai calon Presiden yang berasal dari partai kecil dan dicalonkan oleh beberapa partai kecil waktu itu, SBY berhasil mengalahkan 2 calon kuat dari partai yang memiliki basis masa yang kuat di tingkat akar rumput, seperti Wiranto yang dicalonkan partai Golkar pemenang pemilu 2004, dan Megawati Soekarno Putri yang dicalonkan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan yang merupakan pemenang kedua.

Proses pencitraan juga dilakukan partai dengan menggunakan simbol-simbol, jargon-jargon dan lain sebagainya. Di antara simbol dan jargon yang digunakan partai, misalnya “*Bersama Kita Bisa*” adalah jargon yang disampaikan SBY pada pemilu 2004, yang pada akhirnya mengantarkan SBY ke kursi RI-1. Jargon lain berbunyi “*Hidup adalah Perbuatan*” yang didengungkan oleh Sutrisno Bachir salah satu elit Partai Amanat Nasional, “*Lebih Cepat Lebih Baik*” yang dikumandangkan oleh Muhammad Jusuf Kalla seorang politisi senior Partai Golkar sekaligus Calon Presiden Partai Golkar Pada Pemilihan Presiden 2009. Bahkan, secara personal ada juga elit politik yang mendengungkan jargon yang khas persi pribadi elit bersangkutan, misalnya Rizal Malarangeng mengumandangkan “*When There is a While There is Way*”, kemudian Rizal Ramli dengan jargon “*Indonesia Tanpa Hutang*” yang secara kebetulan Rizal Ramli adalah sebagai penggagas blok perubahan.

Di samping menggunakan jargon-jargon sebagaimana yang telah disebutkan di atas, tindakan-tindakan simbolis sebagai bentuk pencitraan dipertunjukkan juga oleh para elit politik melalui media massa. Sebagai Wakil Presiden pendamping Jusuf Kalla (Partai Golkar), Jendral TNI (Purn) Wiranto (HANURA) mempertontonkan adegan dramatis, menyentuh, dan menggugah ketika Wiranto memakan nasi aking di tengah kerumunan keluarga miskin di Serang, Banten. Ia merasakan sendiri betapa nasi aking tidak enak dan tidak layak untuk dimakan. SBY juga pernah meneteskan air mata ketika berkunjung ke Aceh untuk melihat kondisi masyarakat Aceh pasca terjadinya bencana tsunami. Terlepas dari kepedulian kedua tokoh terhadap keadaan yang sebenarnya, namun dari tinjauan politik dipahami bahwa keduanya sedang sama-sama melakoni pencitraan dalam rangka kontestasi politik yang sedang berlangsung. Wiranto dan SBY secara tidak langsung membangun simulasi politik untuk menciptakan citra atau gambaran tersendiri di mata publik. Masing-masing ingin menunjukkan kepada publik bahwa mereka adalah calon pemimpin yang dekat, peduli dan mengerti dengan rakyat.

Fragmentasi politik pencitraan yang dilakoni oleh elit politik di Indonesia, erat kaitannya dengan penjelasan Jon Simons, bahwa politik demokratis modern adalah politik pencitraan, di mana persoalan penampilan lebih penting dari substansi, dan kepribadian lebih penting dari pada kebijakan.¹¹ Namun menariknya dari perkembangan demokrasi di Indonesia, masyarakat mulai banyak belajar untuk menterjemahkan proses simbolisme dan pencitraan yang dilakukan para elit politik. Ada masyarakat yang mulai cerdas menilai, bahwa apa yang dilakukan oleh seorang kandidat tau satu partai pada saat menjelang Pemilu, adalah bentuk pencitraan, agar partai atau kandidat bersangkutan dianggap baik.

Pentingnya Pencitraan Politik

Para politikus atau pemimpin dalam politik sangat berkepentingan dalam pembentukan citra politik dirinya melalui komunikasi politik. Maka tidak berlebihan, bila menjelang Pilpres 2009 dan 2014 yang lalu, figur-figur yang muncul berusaha keras menciptakan dan mempertahankan tindakan politik yang dapat membangkitkan citra yang memuaskan, supaya dukungan opini publik dapat diperoleh dari rakyat sebagai khalayak komunikasi politik. Misalnya pernyataan presiden atau wakil presiden dalam konferensi pers atau dalam sebuah pidato mengenai kesulitan perekonomian yang telah teratasi akibat sebuah kebijakan. Untuk itu politikus harus berusaha menciptakan dan mempertahankan tindakan politik yang membangkitkan citra yang memuaskan, supaya dukungan opini publik dapat diperoleh dari rakyat sebagai khalayak komunikasi politik.

Politik pencitraan di negara-negara yang mengedepankan budaya politik mencari kekuasaan, politik pencitraan sangat penting. Pentingnya politik pencitraan sebagaimana dikutip Tinarbuko dari Yasraf Amir Piliang, bahwa dalam politik abad informasi, citra politik seorang tokoh yang dibangun melalui aneka media cetak dan elektronik seakan menjadi mantra yang menentukan pilihan politik. Melalui mantra elektronik itu, maka persepsi, pandangan dan sikap politik masyarakat dibentuk bahkan dimanipulasi. Ia juga telah menghanyutkan para elit politik dalam gairah mengkonstruksi citra diri, tanpa peduli relasi citra itu dengan realitas sebenarnya. Politik kini menjelma menjadi politik pencitraan, yang merayakan citra ketimbang kompetensi politik.¹²

Pencitraan dalam pentas demokrasi di Indonesia, dapat dikatakan sebagai politikal marketingnya para politikus untuk menarik minat dan kepercayaan masyarakat. Pencitraan dalam praktik politik demokrasi memiliki urgensi yang sangat signifikan dalam mendukung keberadaan partai atau kandidat yang sedang berkompetisi. Argumentasi ini dikuatkan oleh Arifin, bahwa politik pencitraan atau pencitraan politik sangat penting di negara-negara yang menganut budaya politik yang bertujuan untuk mencari atau merebut kekuasaan, terutama negara yang menganut libertarian. Tetapi di negara yang menganut ideologi otoritarian atau komunis, pencitraan tidak begitu diperlukan, sebab kekuasaan tidak diperebutkan pada negara tersebut.¹³

Politik Pencitraan Perspektif Komunikasi Islam

Salah satu tujuan komunikasi politik adalah membentuk citra yang baik pada khalayak. Citra terbentuk berdasarkan informasi yang diterima, baik langsung maupun tidak langsung, misalnya dari media. Pencitraan berasal dari kata citra yang didefinisikan para pakar secara berbeda-beda dan pada hakikatnya sama maknanya. Pemaknaan citra merupakan hal yang abstrak, karena citra tidak dapat diukur secara sistematis meskipun wujudnya dapat dirasakan baik positif maupun negatif. Penerimaan dan tanggapan, baik positif maupun negatif tersebut datang dari publik atau khalayak.

Tujuan Politik Pencitraan Dalam Pandangan Islam

Dalam dunia politik, istilah pencitraan merupakan suatu hal yang wajar dan logis. Pencitraan merupakan aspek vital yang dilakukan untuk memperoleh jumlah suara yang lebih besar, dukungan maupun simpati masyarakat. Oleh karenanya, banyak para elit politik yang menggunakan pencitraan diri maupun kelompoknya guna memperoleh dukungan masyarakat. Namun demikian, perlu dipertanyakan, bagaimana semestinya politik pencitraan tersebut dilakukan, jika ditinjau dari perspektif Islam?

Menurut analisa penulis, ada beberapa hal yang harus dilakukan dalam proses politik pencitraan jika ditinjau dari perspektif Islam, yaitu: *Pertama*, menjaga agar opini publik tetap bergerak sehat. *Kedua*, menjaga kepercayaan masyarakat dengan cara menyampaikan pesan secara jujur.

a. Menjaga Opini Publik Tetap Sehat

Pendekatan pencitraan dalam politik memiliki fungsi komunikasi, yaitu informasional dan transformasional agar khalayak semakin yakin dengan entitas yang selama ini mereka ragukan. Sebagai proses komunikasi, maka pencitraan politik bertujuan untuk membangun opini publik. Proses pembentukan opini publik dilakukan melalui berbagai cara, misalnya melalui media massa elektronik maupun media cetak. Opini publik dalam permasalahan politik pencitraan bertujuan untuk membentuk akuntabilitas politik seorang kontestan politik. Akuntabilitas seorang kontestan politik menentukan tingkat popularitas dan elektabilitasnya. Dalam kaitan ini, pencitraan politik adalah upaya menggiring opini untuk menciptakan citra yang baik di masyarakat tentang sosok kontestan politik, sehingga mendapatkan dukungan dari masyarakat. Tetapi pada sisi lain, pembangunan opini publik juga merupakan pendekatan kepada konstituen. Proses ini dalam orientasi politik pencitraan diharapkan akan membuat tingkat partisipasi masyarakat menjadi tinggi.

Herbert Blumer mendefinisikan opini publik sebagai suatu produk kolektif yang merupakan pendapat yang disetujui oleh setiap orang dari publik, dan juga tidak harus selalu pendapat mayoritas. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa opini publik adalah sikap yang dinyatakan secara verbal oleh sejumlah orang yang tidak tergantung kepada tempat, yang mempunyai reaksi psikis terhadap suatu isu yang dapat menimbulkan kesatuan jiwa.¹⁴ Pendapat Blumer ini memberikan pemahaman bahwa publik adalah sejumlah individu yang tidak harus saling mengenal secara pribadi, namun terikat kepada satu isu atau masalah yang sama dan masing-masing individu berkeinginan untuk menjadi bagian dari pemecahan masalah tersebut. Secara lebih tegas, bahwa opini publik adalah pendapat yang dinyatakan oleh masing-masing individu dalam menyikapi suatu permasalahan yang menyangkut kepentingan umum. Pendapat tersebut didiskusikan secara intensif oleh individu-individu bersangkutan, sehingga menjadi informasi yang dikonsumsi oleh khalayak umum.

Opini publik sebagai kekuatan politik tidak hanya mampu mendukung suatu pemerintahan atau kekuasaan, melainkan juga memiliki kekuatan untuk menggulingkannya. Seperti apa yang dialami oleh Soeharto dan Abd. Rahman Wahid (Gusdur), baik melalui cara yang konstitusional (melalui parlemen), maupun melalui pergolakan-pergolakan atau aksi-aksi massa, atau kedua-keduanya (aksi massa dan parlemen). Opini publik dapat dibentuk, dipelihara, dibina dengan baik oleh semua kekuatan politik, melalui komunikasi politik yang intensif, persuasif, informatif, edukatif dan koersif. Karakteristik yang paling penting dari opini publik yang telah mendorong para ilmuwan sosial untuk menyelidikinya adalah kekuatannya yang luar biasa terhadap pemerintah dan individu masyarakat.

Tujuan setiap partai untuk melakukan politik pencitraan adalah tetap untuk merebut hati pemilih, bahkan ingin merebut kekuasaan. Namun demikian, dalam perpektif Islam, pencitraan yang dilakukan harus dilakukan secara benar, tidak mengandung kebohongan dengan kata lain harus tetap menjunjung tinggi etika komunikasi. Opini yang dibangun harus didasarkan pada kebenaran dan tidak mengandung fitnah dan kebohongan. Sebagaimana yang dilakukan oleh Rasulullah saw dalam membangun pencitraan nama baik terhadap Abu Bakar dan sahabat lainnya. Demikian pula pencitraan nama baik terhadap mereka yang diangkat sebagai saksi guna menunaikan hak orang lain. Pencitraan yang dilakukan Rasulullah saw. tentu berbeda dengan pencitraan yang dilakukan orang banyak. Pencitraan yang dilakukan Rasulullah saw. didasari kepada ketakwaan. Bahkan tercatat dalam sejarah keislaman, bahwa para sahabat Rasulullah saw. pada masa kepemimpinannya juga melakukan pencitraan. Sepeninggal Rasulullah saw., Imam Ali tetap melanjutkan perjuangan Rasul, yakni menghapuskan segala bentuk penindasan terhadap sesama manusia. Ali tampil sebagai pemimpin yang tidak berjarak dengan rakyat, kehidupan sehari-seharinya terlihat tidak seperti pemimpin kebanyakan, tempat tinggal, makanan serta pakaiannya sangat sederhana, sehingga orang miskinpun hidup lebih baik dari pada kehidupannya. Padahal Ali adalah seorang pemimpin yang memiliki kesempatan untuk hidup mewah selama jadi pemimpin.¹⁵

Dengan demikian, membangun pencitraan, berarti melakukan proses pembaharuan secara berkesinambungan, melakukan perbaikan dari waktu ke waktu. Pencitraan dalam pandangan Islam, bukan sekedar mengemas secara baik tampilan luarnya, tetapi tampilan luar tersebut diharapkan dapat menjadi tolok ukur kebaikan tampilan dalamnya. Ini erat kaitannya dengan sebuah pepatah Arab yang dikutip oleh Munir, "*Az zahiru yadullu alal batin* (hiasan lahir menunjukkan hiasan batin)". Hal ini kata Munir menggambarkan bahwa penampilan fisik seseorang sangat berkaitan erat dengan hal-hal yang bersifat psikis dalam dirinya. Karena biasanya dalam menilai batin seseorang dimulai dari penampilan luarnya. Inilah pentingnya mengapa harus menjaga penampilan fisik.¹⁶

b. Menjaga Kepercayaan Masyarakat

Pada prinsipnya, politik pencitraan dilakukan untuk mempengaruhi pemilih. Namun demikian, politik pencitraan yang dilakukan pada prinsipnya harus bertujuan untuk membangun kepercayaan masyarakat, karena masalah yang sering muncul dalam politik pencitraan, yaitu terjadinya perbedaan antara tujuan yang diinginkan dengan perilaku orang yang melakukan pencitraan. Misalnya, seseorang ingin menunjukkan kebaikan, tetapi sesungguhnya orang tersebut sudah tercemar nama baiknya karena tersanjung sejumlah kasus yang sudah diketahui masyarakat. Masalah lainnya, pencitraan tidak muncul dari hati yang ikhlas dan pikiran yang jernih, melainkan hanya supaya mencapai target dikenal sebagai orang yang bagus, orang yang peduli dan sebagainya. Kondisi seperti ini sering menyebabkan masyarakat menjadi hilang kepercayaan.

Dalam perspektif Islam, pencitraan idealnya dilakukan dengan jujur, sehingga kepercayaan terjaga. Francis Fukuyama menjelaskan, bahwa kepercayaan (*trust*) merupakan salah satu modal sosial yang dapat mendorong seseorang untuk bekerjasama. *Trust* juga merupakan kata kunci untuk memunculkan aktivitas ataupun tindakan bersama ke arah yang lebih produktif.¹⁷ Dengan demikian, politik pencitraan harus benar-benar mampu membangun komunikasi yang saling mempercayai. Jika dalam proses pencitraan seseorang dicitrakan sebagai orang baik, orang jujur dan sebagainya. Maka di luar itu, orang tersebut harus benar-benar menampilkan sikap kebaikan tersebut. Karena dengan demikian, kepercayaan masyarakat

akan meningkat pada apa yang dicitrakan apabila dapat memenuhi pengharapan individu dan bersungguh-sungguh peduli terhadap orang lain, seperti apa yang dicitrakan.

Trust merupakan nilai yang paling dihargai dalam hubungan antara manusia dan dapat diartikan sebagai rasa percaya yang dimiliki orang terhadap orang lain.¹⁸ Menurut Sheth dan Mittal, Kepercayaan diartikan sebagai kesediaan mengandalkan kemampuan integritas, dan motivasi pihak lain dalam rangka memuaskan kebutuhan dan kepentingan seseorang sebagaimana disepakati bersama secara implisit maupun eksplisit.¹⁹ Berdasarkan kedua pandangan ini, maka dapat dipahami bahwa seseorang akan dapat dipercaya, ketika orang tersebut menjaga atau memiliki kejujuran, kompeten dan memiliki ketulusan pada orang lain. Kepercayaan merupakan komponen penting yang membantu mengembangkan suatu lingkungan menjadi lingkungan yang nyaman, tetram dan produktif.

Trust dalam pandangan Islam tidak jauh berbeda dengan amanah (terpercaya) yang merupakan salah satu sifat Nabi Muhammad saw.. Amanah berarti tidak memiliki prasangka buruk pada orang lain, tidak berkhianat, dan juga tidak akan menyebarkan fitnah tentang sesuatu apapun. Ini erat kaitannya seperti yang dijelaskan dalam Alquran, surat An Nisa ayat 58.

*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat.*²⁰

Dalam kandungan ayat di atas menjelaskan, bahwa amanah adalah sesuatu yang diserahkan kepada pihak lain untuk dipelihara dan dikembalikan bila saatnya atau bila diminta oleh pemiliknya. Qurais Shihab menjelaskan, amanah adalah lawan dari khianat. Ia tidak diberikan kecuali kepada orang yang dinilai oleh pemberinya dapat memelihara dengan baik apa yang telah diberikannya itu.²¹ Dari sini dipahami secara tegas, bahwa membangun *trust* pada orang lain merupakan hal yang tidak mudah. Itu tergantung pada perilaku kita dan kemampuan orang lain untuk *trust* dan dalam mengambil resiko.

Etika Komunikasi Islam dalam Melakukan Politik Pencitraan

Secara sederhana, etika komunikasi dipahami sebagai komunikasi yang mengedepankan akhlak, dan nilai-nilai yang tidak bertentangan dengan masyarakat. Jika dikaitkan dengan landasan normatif Alquran, etika komunikasi tersebut adalah tidak bertentangan dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Alquran. Utamanya bagi komunikator atau politisi muslim, tentu harus mengedepankan dan menjunjung tinggi etika komunikasi tersebut. Mengutip penjelasan Mafri Amir, bahwa komunikasi baru disebut beretika, ketika seorang komunikator melakukan komunikasi sesuai dengan standar nilai akhlak, atau komunikator berkomunikasi sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku di tengah masyarakat atau golongan tertentu. Nilai tentu saja tidak dikur dari nilai keyakinan atau agama masyarakat itu sendiri, tetapi juga diukur dari nilai-nilai menurut kebiasaan (adat istiadat) yang berlaku dalam golongan masyarakat tersebut. Dengan demikian kata Mafri Amir, untuk mengukur baik tidaknya kualitas etika berkomunikasi seseorang, dapat dilihat dari kualitas teknis berkomunikasi itu sesuai dengan nilai-nilai kebaikan yang berlaku.²²

Komunikasi dalam perspektif Islam, baik komunikasi bisnis, komunikasi politik dan sebagainya harus dilaksanakan dengan mengedepankan prinsip-prinsip kebaikan, kejujuran dan kebenaran. Dalam berbagai literatur komunikasi Islam, ada beberapa prinsip komunikasi Islam yang lazim dipahami, yaitu: 1. *Qaulan sadida*; 2. *Qaulan baligha*; 3. *Qaulan ma'rufa*; 4. *Qaulan karima*; 5. *Qaulan layinan*; 6. *Qaulan maysura*.²³ Dua dari 6 prinsip komunikasi yang dilakukan, menjadi hal utama yang harus diperhatikan dalam proses pencitraan politik. Pertama, *qawlan Sadida* (berkata dengan benar dan jujur). Pencitraan dari perpektif terminologi ini, harus dilakukan dengan menjunjung tinggi kejujuran dan kebenaran. Apa yang disampaikan harus sesuai dengan apa yang dilakukan. Islam memandang bahwa komunikasi harus dilakukan dengan benar, faktual, dan tidak mengandung unsur rekayasa

atau memanipulasi fakta. Kebenaran dan kejujuran, merupakan landasan filosofis komunikasi Islam seperti dijelaskan dalam surah al-Ahzab ayat 70-71.

*Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. Dan barang siapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar.*²⁴

Ayat di atas mengisyaratkan bahwa komunikasi Islam tidak hanya menekankan pada komunikator, tetapi menekankan juga pada kemaslahatan komunikan. Seorang komunikator dituntut untuk menghindari kebohongan yang dimungkinkan dapat merugikan komunikator. Hal ini dapat diperhatikan dari bahasa Alquran yang sunyi dari kebohongan dalam mengajak manusia dengan bahasa yang benar (*qoulan sadida*) sehingga berbekas pada jiwa manusia. Pesan lain yang dapat ditangkap dari ayat di atas, bahwa pesan-pesan yang mengandung makna menjatuhkan atau mendiskreditkan harus segera diperbaiki. Ucapan yang arahnya meruntuhkan, pada saat yang sama harus pula diiringi dengan pesan-pesan perbaikan. Artinya, kritik yang disampaikan hendaknya merupakan kritik yang membangun atau dalam arti kata, informasi yang disampaikan harus mendidik. Dalam konteks lain kata Wahyu Ilaihi, pesan yang disampaikan merupakan kalimat-kalimat yang baik sesuai dengan kebiasaan pada masing-masing masyarakat, dan juga tidak bertentangan dengan nilai-nilai ke-Ilahian.²⁵

Kedua, *qawlan ma'rufan* (perkataan yang baik). *Qawlan ma'rufan* sebagaimana dijelaskan Ilaihi dapat diartikan sebagai ungkapan atau ucapan yang pantas dan baik. Pantas maksudnya adalah sebagai kata-kata yang terhormat, sedangkan baik diartikan sebagai kata-kata yang sopan. Istilah Jalaluddin Rakhmat kata Ilaihi adalah pembicaraan yang bermanfaat, memberikan pengetahuan, mencerahkan pemikiran dan menunjukkan pemecahan terhadap kesulitan orang yang lemah. Bila ditelaah lebih jauh, *qawlan ma'rufan* menggambarkan mengenai etika berkomunikasi dengan komunikan. Misalnya, bagaimana etika seorang komunikator yang memiliki kekuatan (*power*) terhadap masyarakat yang lemah, seperti orang miskin, anak-anak yatim dan sebagainya. Bagaimana etika seorang komunikator dalam berkomunikasi terhadap orang yang lebih mengedepankan emosi daripada akalunya.²⁶

Berdasarkan kandungan ayat yang telah dijelaskan di atas, dapat dipahami bahwa pencitraan harus dilakukan dengan ungkapan yang pantas, yaitu berupa pesan-pesan kebaikan, bermanfaat, memberikan pengetahuan, mencerahkan pemikiran, dan memberikan solusi bagi kesulitan yang dihadapi orang lain. Hal ini sangat rasional, karena seorang terhormat, misalnya para pejabat, politisi, pemimpin partai politik sebagai seorang figur yang dihormati, tentu harus menggunakan kata-kata yang sopan, lemah lembut dan bahasa-bahasa yang menunjukkan kehormatannya.

Prinsip-prinsip komunikasi yang telah dijelaskan di atas sangat lekat dengan ciri komunikasi Islam. Prinsip tersebut mencakup dan terapkan pada setiap unsur yang membentuk suatu komunikasi. Komunikan harus mempersiapkan diri sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip komunikasi Islam yang telah dijelaskan di atas. Pesan yang akan disampaikan juga harus diformulasikan, dikemas, dan disajikan sesuai dengan dengan nilai-nilai tersebut. Dengan demikian, terlihatlah sisi kemanfaatan komunikasi Islam.

Komunikator misalnya, dituntut agar menyampaikan informasi dengan benar. Tidak memanipulasi atau memutarbalikkan fakta. Sebab salah satu yang perlu diingat oleh seorang komunikator politik, bahwa dalam proses komunikasi politik, seorang politisi tidak hanya berkonsentrasi pada proses menang atau kalah saja. Lebih jauh dari itu, seorang komunikator politik harus menyadari bahwa ada sebuah tanggungjawab transedensi yang mengikat dirinya sebagai manusia sekaligus hamba Allah swt.

Penutup

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa politik pencitraan dari perspektif komunikasi Islam harus dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip komunikasi Islam, yaitu memberikan pesan

sesuai dengan fakta dan tidak dimanipulasi. Dengan pengertian demikian, maka pencitraan komunikasi politik dalam pandangan Islam menekankan pada unsur pesan (*message*), yakni risalah atau nilai-nilai yang disampaikan harus sesuai dengan ajaran Islam, cara (*how*) penyampaian juga mengandung kejujuran, gaya bicara yang digunakan harus santun dan menjunjung etika.

Islam mengajarkan agar pesan yang disampaikan tidak mengandung unsur kebohongan. Esensi komunikasi Islam adalah mengajak manusia kepada yang lebih, menekankan kepada nilai-nilai agama dan sosial budaya, yakni dengan menggunakan prinsip dan kaedah yang terdapat dalam Alquran dan Hadis. Prinsip tersebut bukan hanya sekedar penyampaian pesan dan terjadinya perubahan perilaku komunikasi, namun terjalinnya jaringan interaksi sosial yang harmonis.

(Endnotes)

¹ Dan Nimmo, Komunikasi Politik; Khalayak dan Efek (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), h. 108.

² Philip Kotler, Dasar-Dasar Pencitraan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia (Jakarta: Erlangga, 1994), h. 401.

³ Soleh Soemirat dan Elvinaro, Dasar-Dasar Publik Relations (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), h. 111-112.

⁴ *Ibid*, h. 115-116.

⁵ *Ibid*, h. 155.

⁶ Lynda Lee Kaid, Handbook Penelitian Komunikasi Politik, Terj. Ahmad Asnawi (Bandung: Nusa Media, 2015), h. 532-534.

⁷ Rendro Dhani, Centang Perenang Manajemen Komunikasi Kepresidenan dari Soekarno Sampai Megawati (Jakarta: Pustaka LP3ES, 2004), h. x.

⁸ Arifin Anwar, Komunikasi Politik: Paradigma, Teori, Aplikasi, Strategi dan komunikasi Politik Indonesia (Jakarta: Balai Pustaka, 2003), h. 29-30.

⁹ Anthonius Sitepu, Sistem Politik Indonesia (Medan: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, 2004), h. 5-6.

¹⁰ Titi Nur Vidyarini, "Politik dan Budaya Populer Dalam Kemasan Program Televisi" dalam *Jurnal Ilmiah SCRIPTURA*, Vol.2, No. 1, Januari 2008 (Pusat Penelitian Universitas Kristen Petra: 2008), h. 33

¹¹ Jon Simons, The Power Of Political Images (Bloomington: American Political Science Association, 2006), h. 1.

¹² Sumbo Tinarbuko, Iklan Politik Dalam Realitas Media (Yogyakarta: Jalasutra, 2009), h. 7.

¹³ Arifin, Politik, h. 29.

¹⁴ Matulada, Demokrasi Dalam Tradisi Masyarakat Indonesia (Jakarta, LP3ES, 1996), h. 4

¹⁵ George Jordac, Suara Keadilan; Sosok Ali bin Abi Thalib, terj. Muhammad al-Sajjad (Jakarta: Lentera, 1996), h. 74.

¹⁶ Abdullah Munir, Super Teacher (Sosok Guru Yang Dihormati, Disegani, dan Dicintai) (Yogyakarta: Pedagogia, 2010), h. 116.

¹⁷ Francis Fukuyama, Guncangan Besar: Kodrat Manusia dan Tata Sosial Baru, terj. Masri Maris (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), h. xii.

¹⁸ Wibowo, Manajemen Perubahan (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), h. 376.

¹⁹ Fandi Tjiptono, Strategi Pemasaran (Yogyakarta: Penerbit Andy, 2005), h. 415.

²⁰ QS. An Nisa/ 4: 58.

²¹ Qurais Shihab, Tafsir al-Misbah (Jakarta: Lentera Hati, 2009), h. 480.

²²Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam* (Jakarta: Logos, 1999), h. 33-34.

²³Jalaluddin Rakhmat, *Islam Aktual* (Bandung: Mizan, 1996), h. 80.

²⁴QS. Al Ahzab/ 33: 70-71.

²⁵Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), h. 188.

²⁶*Ibid*, h. 183-187.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Mafri. *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*. Jakarta: Logos, 1999.
- Anwar, Arifin. *Komunikasi Politik: Paradigma, Teori, Aplikasi, Strategi Komunikasi Politik Indonesia*. Jakarta: PT. Balai Pustaka, 2003.
- Dhani, Rendro. *Centang Perenang Manajemen Komunikasi Kepresidenan dari Soekarno Sampai Megawati*. Jakarta: Pustaka LP3ES, 2004.
- Fukuyama, Fancis. *Guncangan Besar: Kodrat Manusia dan Tata Sosial Baru*, terj. Masri Maris. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010.
- Jordac, George. *Suara Keadilan; Sosok Ali bin Abi Thalib*, terj. Muhammad al-Sajjad. Jakarta: Lentera, 1996.
- Kaid, Lynda Lee. *Handbook Penelitian Komunikasi Politik*, Terj. Ahmad Asnawi. Bandung: Nusa Media, 2015.
- Kotler, Philip. *Dasar-Dasar Pencitraan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Erlangga, 1994.
- Matulada. *Demokrasi Dalam Tradisi Masyarakat Indonesia*. Jakarta, LP3ES, 1996.
- Munir, Abdullah. *Super Teacher (Sosok Guru Yang Dihormati, Disegani, dan Dicintai)*. Yogyakarta: Pedagogia, 2010.
- Nimmo, Dan. *Komunikasi Politik; Khalayak dan Efek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Islam Aktual*. Bandung: Mizan, 1996.
- Shihab, M. Quraish. *Wawasan Alquran*. Bandung: Mizan, 1996.
- Sitepu, Anthonius. *Sistem Politik Indonesia*. Medan: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, 2004.
- Simons, Jon. *The Power Of Political Images*. Bloomington: American Political Science Association, 2006.
- Soemirat, Soleh dan Elviriano. *Dasar-Dasar Publik Relations*. Bandung: PT Remaja Rosadakarya, 2002.
- Tjiptono, Fandi. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andy, 2005.
- Tinarbuko, Sumbo. *Iklan Politik Dalam Realitas Media*. Yogyakarta: Jelasutra, 2009.
- Vidyarini, Titi Nur. "Politik dan Budaya Populer Dalam Kemasan Program Televisi" dalam *Jurnal Ilmiah SCRIPTURA*, Vol.2, No. 1, Januari 2008. Pusat Penelitian Universitas Kristen Petra: 2008.
- Wibowo. *Manajemen Perubahan*. Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2006

