

PENCITRAAN POLITIK PARTAI AMANAT NASIONAL (PAN) DI KABUPATEN LABUHAN BATU SELATAN TAHUN 2009-2014

Anang Anas Azhar

Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Fakultas Ilmu sosial Universitas Islam Negeri Sumatera

Utaraanang_mb76@yahoo.com

Abstract

This study examines the political imagery of the National Mandate Party (PAN) DPD Nasonal Mandate Party (PAN) in South Labuhan Batu regency in 2009-2014. Political imagery aims to convince and influence voters by instilling a positive opinion to the public about the party being imaged. This study used a qualitative approach *disign*, with descriptive methods, through data collection interviews, observation and documentation. The results of this study reveal: First, to increase the political imaging DPD PAN South Labuhan Batu 2009-2014, using the channel, mass communication, interpersonal communication, and outdoor communication. Secondly, PAN South Labuhan Batu imaging through the use of the newspaper medium, realize the flagship program in direct contact with the public interest, such as the consolidation of the party, cadres, atributisasi, socialization, and actions on the ground. The success of the PAN political imagery, seen from the success of South Labuhan Batu PAN won 11 seats in parliament South Labuhan Batu regency. Third, the political imaging models that do DPW PAN South Labuhan Batu most influential is the interpersonal communication, and the program featured real action PAN.

Keywords: Imaging, Political Party, Democracy

Abstrak

Penelitian ini mengkaji pencitraan politik Partai Amanat Nasional (PAN) DPD Partai Amanat Nasional (PAN) di Kabupaten Labuhan Batu Selatan tahun 2009-2014. Pencitraan politik bertujuan untuk meyakinkan dan mempengaruhi pemilih dengan cara menanamkan opini positif kepada masyarakat tentang partai yang dicitrakan. Penelitian ini menggunakan *disign* pendekatan kualitatif, dengan metode deskriptif, melalui pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini mengungkap : *Pertama*, untuk meningkatkan pencitraan politik DPD PAN Labuhan Batu Selatan tahun 2009-2014, menggunakan saluran, komunikasi massa, komunikasi interpersonal, dan komunikasi luar ruangan. *Kedua*, PAN Labuhan Batu Selatan melakukan pencitraan melalui penggunaan media si surat kabar, merealisasikan program unggulan yang bersentuhan langsung dengan kepentingan masyarakat, seperti konsolidasi partai, kaderisasi, atributisasi, sosialisasi, dan aksi di lapangan. Keberhasilan pencitraan politik PAN, terlihat dari keberhasilan PAN Labuhan Batu Selatan meraih 11 kursi di DPRD Kabupaten Labuhan Batu Selatan. *Ketiga*, model pencitraan politik yang dilakukan DPW PAN Labuhan Batu Selatan yang paling berpengaruh adalah komunikasi interpersonal, dan program unggulan aksi nyata PAN.

Kata Kunci: Pencitraan, Partai Politik, Demokrasi

Pendahuluan

Salah satu fungsi partai politik (Pарpol) adalah penyangga demokrasi. Pарpol dijadikan elit politik sebagai menampung aspirasi rakyat, karena Pарpol merupakan gambaran wajah dan peran rakyat dalam konstestasi politik nasional. Sebagai penyangga demokrasi di Negara ini, Pарpol memberikan celah seluas-luasnya kepada para elit politik untuk memperoleh kekuasaan politik. Dalam konteks yuridis formal, Pарpol bercirikan mandiri dalam bidang finansial, memiliki *platform* yang jelas, mengusung kepentingan kelompok dalam urusan politik, dan ikut serta menyumbang *political development* sebagai suprastruktur politik.

Pарpol sebagai institusi yang menjalankan fungsi komunikasi politik, tentu membutuhkan pengelolaan dan pengintegrasian isu dan pesan-pesan politiknya yang ditujukan bagi masyarakat. Dalam pragmentasi politik, arus demokrasi terus mengalami perkembangan yang sangat tinggi, yang ditandai dengan munculnya banyak partai (multi partai). Munculnya sistem politik yang bersifat multi partai drastis merubah wajah perpolitikan nasional dengan munculnya partai-partai baru. Munculnya partai-partai baru di Indonesia, semakin membuka kemungkinan yang lebih luas bagi rakyat untuk menyalurkan aspirasi politiknya dalam meraih peluang untuk memperjuangkan hak-haknya sebagai warga negara. Kondisi ini sekaligus memberikan isyarat, bahwa sistem politik Indonesia telah menempatkan partai politik sebagai pilar utama penyangga demokrasi.

Munculnya Pарpol di Indonesia diharapkan membawa harapan. Pарpol tersebut dapat menjadi katalisator positif bagi peningkatan aspirasi politik masyarakat. Terbentuknya Pарpol baru tersebut memerlukan usaha yang keras dari pengurus inti partai agar pesan politiknya dapat diterima di masyarakat. Terlebih lagi pengetahuan masyarakat terhadap Pарpol masih melekat kuat pada partai-partai peninggalan Orde Baru. Hal ini mendorong agar Pарpol mendekati dirinya dengan konstituen di tingkat akar rumput (*grass root*). Upaya parpol untuk mendekati diri kepada masyarakat memerlukan penanganan yang khusus, mengingat persaingan antara parpolpun sangat tinggi. Oleh sebab itu, pencitraan

politik bagi Parpol sangat diperlukan untuk menarik perhatian masyarakat agar Parpol tersebut diterima di tengah-tengah masyarakat.

Mengikuti logika berpikir Anwar Arifin, pencitraan politik atau politik pencitraan termasuk dua kata yang sama maknanya dan diartikan sebagai penggambaran terhadap sesuatu. Citra diartikan sebagai gambaran, maka pencitraan diartikan sebagai penggambaran yang diterima oleh komunikan atau khalayak sebagai efek dari terpaan informasi yang diterimanya, baik langsung maupun melalui perantara media.¹ Begitu juga dengan Lippman, sebagaimana dikutip Dan Nimmo menjelaskan, citra sebagai gambaran tentang realitas atau mungkin saja tidak sesuai realitas. Citra terbentuk dalam pikiran komunikan berdasarkan informasi yang diterima melalui berbagai media.

Nimmo menyebut pencitraan sebagai cara seseorang untuk menghubungkan dirinya dengan orang lain, sehingga pencitraan dalam kegiatan politik dapat dilakukan melalui: Pertama, *pure publicity*, yakni memopulerkan diri melalui aktivitas masyarakat dengan setting sosial yang natural atau apa adanya. Kedua, *free ride publicity*, yakni publisitas dengan cara memanfaatkan akses atau menunggangi pihak lain untuk turut memopulerkan diri. Ketiga, *tie-in publicity* yakni memanfaatkan kejadian-kejadian yang sangat luar biasa, seperti peristiwa tsunami, gempa bumi, banjir dan lain-lain. Misalnya partai mencitrakan dirinya sebagai partai yang sangat perhatian dengan bencana-bencana tersebut, sehingga partai dianggap memiliki kepedulian sosial. Keempat, *paid publicity* yakni cara memopulerkan diri lewat pembelian rubrik atau program, dan lain-lain.²

Berdasarkan dua penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa pencitraan merupakan bagian komunikasi politik yang turut menentukan sukses tidaknya misi politik. Pencitraan dilakukan untuk mempengaruhi pemilih dengan cara menanamkan opini pada masyarakat, bahwa seorang politisi atau parpol yang bersangkutan benar-benar merupakan personal atau partai yang dapat mengayomi masyarakat. Dalam proses penanaman opini tersebut, parpol senantiasa menangkap isu sensitif yang tepat untuk dimainkan dalam proses pencitraan, karena melalui pencitraan, manusia memilih hal yang akan dilakukan dan juga apa yang seharusnya tidak dilakukan atau ditinggalkan. Dengan upaya pencitraan positif, setiap orang berharap terlihat sempurna di mata orang lain. Dalam pembentukan citra positif, tidak jarang seseorang melakukan cara apapun untuk

mengemas sikap dan perilakunya sehingga memberikan kesan positif di mata orang lain. Kongkritnya, pencitraan membantu seseorang untuk mengambil keputusan yang terbaik bagi dirinya dalam lingkungan sosialnya.

Pencitraan politik melalui media, merupakan strategi yang juga sangat ampuh dalam menanamkan opini pada masyarakat tentang suatu partai. Oleh sebab itu, melalui pencitraan diharapkan terjadi pergeseran opini ke arah yang lebih baik. Dengan adanya opini publik yang positif, keputusan memilih menjadi keniscayaan terhadap partai yang sedang bertarung di arena politik. Opini publik sendiri merupakan metode persuasi dengan sistem komunikasi yang lebih luas. Sebagaimana dijelaskan Firmanzah, bahwa citra atau *image* dibutuhkan sebagai strategi *positioning* untuk membedakan satu partai politik dengan partai politik lainnya. Pencitraan merupakan konstruksi atas representasi dan persepsi masyarakat terhadap suatu partai politik atau individu mengenai semua hal yang terkait dengan aktifitas politik. Firmanzah juga menegaskan, walaupun citra politik tidak real, tetapi ia dapat diciptakan, dibangun, dan diperkuat.³

Dalam konteks politik Indonesia, pencitraan parpol sering dipengaruhi oleh pencitraan individu. Dominasi citra personal sering diidentikkan dengan citra lembaganya. Misalnya, sosok Susilo Bambang Yudhoyono menguatkan citra Partai Demokrat, sosok Prabowo Subianto menguatkan citra Partai Gerindra, Amin Rais menguatkan citra PAN, demikian juga para kiyai sepuh yang ada di PPP turut menguatkan pencitraan ke-Islaman partai tersebut. Dalam pandangan *public relations*, citra individu tersebut menjadi kekuatan dalam mendukung pengembangan citra partai. Seperti dinyatakan Silih Agung Wisesa dan Macnamara, bahwa perseorangan atau individu sebagai salah satu sumber pencitraan, turut mendukung penguatan kekuatan pengembangan citra organisasi.⁴

Secara realitas dipahami, bahwa tidak selamanya figur personal dapat membangun pencitraan partai. Hal tersebut dikarenakan sosok figur akan sangat rentan dalam membangun hubungan emosional dengan konstituennya dimasa yang akan datang. Apabila figur menghilang, tidak tertutup kemungkinan reputasi partai akan mengalami perubahan. Belum lagi apabila pada kenyataannya figur partai tidak mampu bersikap konsisten dengan perjuangan partai dan konstituennya. Untuk itu, sudah menjadi konsekuensi bagi satu parpol untuk sejak

dini menyusun strategi khusus dalam membangun strategi politik, agar citra partai tetap mendapat tempat di hati pendukungnya.

Untuk membangun citra politik dibutuhkan waktu yang relatif lama. Publik membutuhkan rentang waktu yang panjang untuk bisa melihat kesesuaian pola dan alur politik mereka dengan suatu partai politik. Membangun pencitraan juga membutuhkan konsistensi dari semua hal yang dilakukan partai politik atau perseorangan bersangkutan seperti program kerja, *platform*, reputasi. Ketika terdapat ambiguitas atau inkonsistensi yang dilakukan, pencitraan yang terekam dipikiran publik menjadi tidak utuh.

Pencitraan merupakan kesan yang sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. Citra organisasi sangat penting bagi setiap organisasi. Tidak terkecuali organisasi politik yang dalam hal ini tentu partai politik, karena citra bagi partai politik sangat berpengaruh terhadap perolehan suara dalam pemilihan umum. Dengan kata lain citra yang positif dari sebuah partai politik akan mampu menarik simpatisan massa pendukung yang dapat mendorong kepopuleran dari satu partai. 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.

Salah satu fakta bahwa pencitraan politik dapat mempengaruhi arah pemilih untuk menentukan pilihannya terhadap satu partai, dapat ditelaah dari pencitraan yang dilakukan Partai Amanat Nasional yang selanjutnya dalam tulisan ini ditulis dengan PAN. PAN adalah partai yang lahir dari rahim gerakan reformasi yang didirikan oleh tokoh-tokoh reformasi lintas etnis, ras, agama dan golongan. PAN mengukuhkan diri sebagai partai terbuka, mandiri, menjunjung tinggi moralitas keagamaan, kemanusiaan dan kemajemukan, yang bertujuan untuk pencerahan bangsa. Azas PAN sebagaimana dijelaskan Bahar, berakar pada moral agama, kemanusiaan dan kemajemukan.⁵

Sejak tahun 1999, PAN menjadi salah satu kontestan pada Pemilihan Umum yang dilaksanakan di Indonesia. Dapat diperhatikan, suara PAN dalam setiap Pemilu relatif fluktuatif. Pada Pemilu 1999, PAN berada di peringkat ke

enam dalam peroleh suara nasional. PAN memperoleh 7.528.956 suara (7,12 %) dan menempatkan 34 orang wakilnya di DPR. Citra PAN saat berkampanye mendapat dukungan tokoh-tokoh intelektual, PAN memposisikan diri sebagai partai kalangan menengah dan terdidik. Selain itu, PAN melakukan pencitraan melalui penguatan semangat reformasi dalam tatanan politik, ekonomi, sosial dan budaya sebagaimana disuarakan masyarakat luas. Pada Pemilu 2004, PAN berada di peringkat ke lima perolehan kursi sebanyak 53 kursi (6,44 %). Pada tahun 2009 PAN meraih suara sebesar 46 kursi (8,2 %), sedangkan pada tahun 2014, PAN meraih kursi sebanyak 52 kursi (9,45 %).

Perolehan suara di atas, adalah perolehan secara nasional. Sedangkan untuk peroleh suara di tingkat provinsi, sebagaimana halnya provinsi Sumatera Utara, suara PAN juga bersifat fluktuatif. Pada Pemilu 2004, dari 11 Daerah Pemilihan (Dapil), PAN memperoleh sebanyak 313.555 suara dan menempatkan kadernya sebanyak 8 kursi (7,08%) di DPRD Sumatera Utara. Ini berarti PAN berada di peringkat ke lima. Pada tahun 2009, PAN berada di peringkat ke lima dengan memperoleh suara sebanyak 248.975. Pada periode ini PAN menempatkan kadernya sebanyak 7 kursi di DPRD Sumatera Utara. Sedangkan pada Pemilu 2014 PAN memperoleh suara sebanyak 420.447 suara dan menempatkan kadernya sebanyak 6 kursi di DPRD Sumatera Utara.

Begitu juga dengan perolehan suara PAN di sejumlah kabupaten/kota di Sumatera Utara. Secara khusus, perolehan kursi PAN mengalami kenaikan secara signifikan di sejumlah kabupaten/kota. Meski demikian, ada juga perolehan suara PAN tidak begitu menguntungkan, misalnya di beberapa daerah yang pemilih PAN tidak banyak, yakni Kabupaten Padang Lawas, Padang Lawas Utara, Kota Tebing Tinggi, Pakpak Bharat dan lainnya.

Kondisi ini menunjukkan, masih adanya perolehan kursi PAN yang tidak menetap. Namun demikian, jumlah ini tidak menjadikan PAN lebih menurun dibandingkan dengan partai-partai berbasis Islam lainnya, seperti PPP dan PBB yang masih berada di bawah perolehan suara PAN. Ada juga perolehan kursi PAN yang melonjak secara signifikan, seperti perolehan kursi DPRD di Kabupaten Labuhan Batu Selatan. Perolehan kursi PAN di kabupaten ini mengalami kenaikan signifikan, yakni dari 1 kursi pada Pemilu 2009, menjadi 11 kursi pada Pemilu 2014 lalu.

Hal ini tidak lepas dari upaya pimpinan partai yang terus membangun pencitraan politik di tengah masyarakat, baik pada saat menjelang Pemilu maupun sesudah Pemilu. Dalam berbagai even politik, PAN juga memperlihatkan eksistensinya sebagai partai terbuka yang memperjuangkan nasionalisme dan religiusitas. Strategi pencitraan politik yang dilakukan PAN adalah sebagai upaya untuk mempertahankan eksistensi partai di tengah-tengah masyarakat.

Berdasarkan argumentasi yang dikemukakan, penulis merasa tertarik melakukan penelitian tentang pencitraan politik yang dilakukan DPD PAN Kabupaten Labuhan Batu Selatan, dengan judul: "*Pencitraan Politik Partai Amanat Nasional (PAN) di Kabupaten Labuhan Batu Selatan Tahun 2009-2014*".

Landasan Teoretis

1. Citra dan Pencitraan

Bila diikuti dinamika perpolitikan di Indonesia, pencitraan menjadi istilah yang akrab di telinga setiap masyarakat Indonesia. Istilah ini semakin menguat, ketika kaum akademisi maupun praktisi menjadikannya sebagai kajian-kajian akademik dan diskusi ilmiah dalam berbagai kesempatan. Saat ini, hampir semua pihak yang berkepentingan dengan opini publik menyadari pentingnya mengelola citra. Ditinjau dari sudut kesejarahan, pencitraan sebagaimana 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 memosisikan 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.⁶

Pencitraan awalnya identik dengan kegiatan kehumasan (*public relations*) dalam dunia bisnis, bergeser pada kegiatan politik, sehingga dinamika perpolitikan erat dengan istilah pencitraan. 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. Citra terbentuk sebagai akumulasi dari tindakan maupun perilaku individu yang kemudian mengalami suatu proses untuk terbentuknya opini publik yang luas.

Pada dasarnya citra berakar dari nilai-nilai kepercayaan yang secara nyata diberikan secara individual dan merupakan pandangan atau persepsi. Seorang tokoh populer (*public figure*) dapat menyandang citra baik atau buruk. Kedua hal tersebut bersumber dari citra-citra yang berlaku dan terbentuk dari hal-hal yang dilakukan tokoh tersebut baik bersifat positif maupun negatif. Pencitraan pada diri seorang *public figure* misalnya, dibentuk oleh pencitraan diri yang diolah secara sengaja sedemikian rupa. Harapan dari pencitraan itu adalah mendapat citra positif di mata masyarakat luas. Akan tetapi pencitraan tersebut tidak selalu menghasilkan opini publik yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelaku pencitraan. Hal itu disebabkan karena latar belakang, status sosial, ekonomi, perbedaan pengalaman, serta aspek-aspek lain dapat mempengaruhi pemaknaan terhadap pencitraan yang dibangun.

Citra dapat didefinisikan sebagai konstruksi atas representasi dan persepsi khalayak terhadap individu, kelompok atau lembaga yang terkait dengan kiprahnya dalam masyarakat. 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.⁷ Berdasarkan definisi tersebut, Soemirat kemudian menjelaskan bahwa terdapat beberapa faktor yang terkait dalam proses 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.

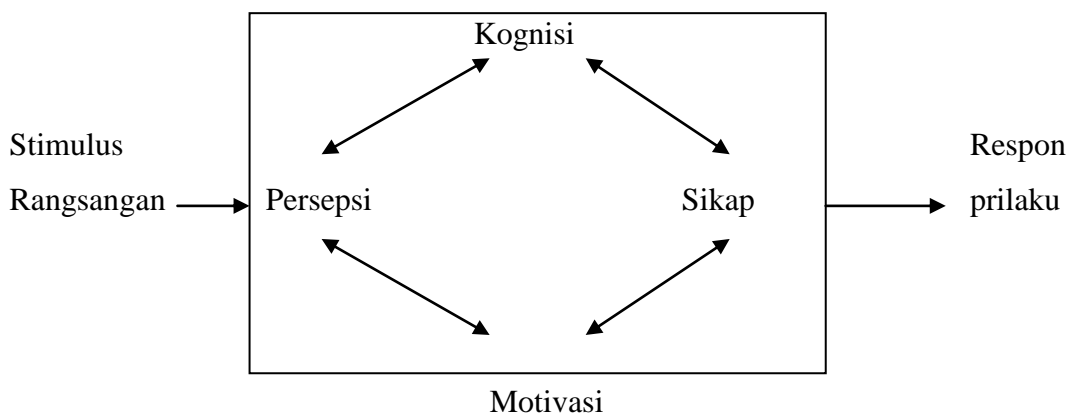
- b. Kognisi, yaitu suatu keyakinan diri individu terhadap stimulus. Keyakinan itu akan timbul apabila individu telah mengerti rangsangan itu sehingga individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup dan dapat mempengaruhi perkembangan informasinya.
- c. Motif, yaitu keadaan dalam individu yang 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.⁸

Pemaknaan citra yang lain disampaikan Ruslan yang memandang citra adalah sesuatu yang abstrak atau *intangibile*, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian, penerimaan, kesadaran, dan pengertian seperti tanda respect dan rasa hormat, dari publik atau masyarakat luas kepada perusahaan ataupun personelnnya yang dipercaya, profesional, dan dapat diandalkan dalam pemberian pelayanan yang baik.⁹ Sedangkan Kotler 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.¹⁰ Dari dua penjelasan ini, dapat dipahami bahwa citra adalah sebagai gambaran yang terdapat dalam pikiran orang lain. Untuk penguatan citra, ada pesan tunggal yang menunjukkan keunggulan utama dan posisi produk. Pesan juga bisa dibuat dengan sifat yang unik, sehingga tidak memiliki perbedaan dengan pesan yang disampaikan competitor lainnya. Pesan tersebut pun harus memiliki kekuatan emosional untuk membangkitkan perasaan selain pikiran pembeli. Sebab itu, citra dapat berubah menjadi buruk apabila kemudian ternyata tidak didukung oleh kemampuan atau keadaan yang sebenarnya.

Dari penjelasan di atas dapat dipahami bahwa citra dapat terbentuk sepenuhnya oleh bagaimana lembaga mampu membangun persepsi yang didasarkan oleh realitas yang terjadi. Semua proses yang terjadi ini tentunya

dibangun dengan nilai kredibilitas pihak perusahaan, lembaga atau organisasi. Citra dapat juga dipahami sebagai konstruksi atas representasi dan persepsi khalayak terhadap individu, kelompok atau lembaga yang terkait dengan kiprahnya dalam masyarakat. Sebagaimana dijelaskan Kaid, citra dalam politik dibuat melalui penggunaan tayangan visual yang dikomunikasikan melalui penampilan di media, sampai informasi terintegrasi dalam pikiran masyarakat.¹¹

Dari penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa hal yang perlu diketahui sehubungan dengan terbentuknya pencitraan adalah adanya persepsi yang berkembang dalam benak publik terhadap realitas yang muncul dalam media. Sebab itu, untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu objek dapat diketahui dari sikapnya terhadap objek tersebut. Semua sikap bersumber pada organisasi kognitif, pada informasi dan pengetahuan yang dimiliki setiap orang. Tidak akan ada teori sikap atau aksi sosial yang tidak didasarkan pada penyelidikan tentang dasar-dasar kognitif. Efek kognitif dari komunikasi sangat mempengaruhi proses pembentukan citra seseorang. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang. Hal ini disebabkan, karena perhatian masyarakat cenderung lebih dipengaruhi gambaran yang ada daripada situasi nyata dunia sekelilingnya.¹² Pengetahuan atau efek kognitif yang dirasakan khalayak, akan mempengaruhi sikapnya, misalnya muncul perasaan menyenangkan seorang figur yang sedang mencitrakan diri, atau sebaliknya membecinya. Proses pembentukan citra dalam struktur kognitif yang sesuai dengan pengertian sistem komunikasi digambarkan oleh John S. Nimpoeno sebagaimana dikutip Soleh Sumirat dan Elvinaro.¹³



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.¹⁴ 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.

2. Model Pembentukan Citra

Model pembentukan citra sebagaimana yang digambarkan di atas menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar diorganisasikan dan mempengaruhi respons. Stimulus (rangsangan) yang diberikan pada individu diterima atau ditolak. Jika rangsangan ditolak proses selanjutnya tidak dapat berjalan, hal ini menunjukkan bahwa rangsangan tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi individu karena tidak ada perhatian dari individu tersebut. Sebaliknya, jika rangsangan diterima oleh individu, berarti terdapat komunikasi dan terdapat perhatian organisme, dengan demikian proses selanjutnya dapat berjalan. Gambar di atas juga menunjukkan, bahwa komunikasi tidak secara langsung menimbulkan pendapat atau perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara khayalak mengorganisasikan citranya tentang lingkungan dan cara itulah yang mempengaruhi pendapat (opini) perilaku khayalak. Konkritnya, citra politik terwujud sebagai konsekuensi kognisi dari politik. Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa pencitraan merupakan proses yang berkaitan dengan persepsi seseorang terhadap pesan yang menyentuhnya dan merangsangnya. Citra

yang melekat dibenak seseorang dapat berbeda dengan realitas objektif, atau imajinasi yang mungkin tidak sama dengan realitas empiris.

Sebagaimana dijelaskan Dan Nimmo, citra seseorang tentang politik yang terjalin melalui pikiran, perasaan dan kesucian subyektif akan memberi kepuasan baginya. Paling tidak kata Nimmo, ada tiga kegunaan yang diperoleh seseorang terkait dengan pencitraan ini. *Pertama* memberi pemahaman tentang peristiwa politik tertentu, *Kedua* kesukaan atau ketidaksukaan umum kepada citra seseorang tentang politik menyajikan dasar untuk menilai objek politik. *Ketiga* citra diri seseorang dalam cara menghubungkan diri dengan orang lain. Dengan demikian, Citra membantu memberikan alasan yang dapat diterima secara subjektif tentang mengapa segala sesuatu hadir sebagai mana tampaknya tentang preferensi politik, dan tentang penggabungan dengan orang lain.¹⁵

Citra sangat penting bagi setiap organisasi, tidak terkecuali bagi partai politik yang merupakan kelompok terorganisir, di mana anggotanya memiliki nilai, orientasi dan cita-cita yang sama untuk mendapatkan kekuasaan politik dengan cara konstitusional. Tentu bagi partai politik, pencitraan sangat penting dalam rangka mendongkrak perolehan suara dalam pemilihan umum. Dalam sistem politik, nyatalah terlihat bahwa partai merupakan penggerak sistem politik yang ada. Citra adalah seperangkat anggapan maupun gambaran seseorang atau sekelompok orang mengenai suatu objek bersangkutan. Jadi, citra adalah total persepsi terhadap suatu objek yang dibentuk dengan memproses informasi terkini dari beberapa sumber.

Metode Penelitian

Penelitian ini didesain sebagai penelitian kualitatif, karena fokus penelitian ini pada observasi dan suasana alamiah (*naturalistic setting*).¹⁶ Penelitian seperti ini, disebut juga sebagai penelitian naturalistik (*naturalistic inquiry*), karena penelitian ini berusaha memahami objek yang sedang diteliti secara apa adanya, tidak dimanipulasi melainkan dipahami melalui analisis alamiah.¹⁷ Menurut Creswell sebagaimana dikutip Basuki, bahwa penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian untuk memahami masalah-masalah manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran menyeluruh dan kompleks yang disajikan dengan kata-

kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari para sumber informasi, serta dilakukan dalam latar (*setting*) yang alamiah.¹⁸

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan fenomenologis, karena pencitraan termasuk dalam konsentrasi kajian komunikasi politik. Pencitraan merupakan sebetuk komunikasi nonverbal yang dilakukan seseorang atau lembaga, untuk mempengaruhi perilaku, pikiran, pandangan, dan pendapat orang lain terhadap apa yang dicitrakan. Kajian ini semakin menarik dilakukan di Indonesia sejak Pemilihan Umum (Pemilu) 2004. Sebab itu, fenomenologi menjadi bahagian yang dipilih sebagai pendekatan dalam riset ini, karena tujuannya adalah untuk menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antarvariabel.¹⁹ Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dari objek yang diteliti. Artinya, dalam penelitian ini aktifitas pencitraan politik yang dilakukan DPD PAN Labuhan Batu Selatan dalam menarik simpati masyarakat di catat, di lukiskan, di uraikan dan di laporkan sesuai dengan fakta yang ada. Penelitian ini dilakukan di DPD PAN Kabupaten Labuhan Batu Selatan. Penelitian ini dilakukan selama 6,5 bulan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan empat kategori, yaitu: Wawancara mendalam (*in depth interview*). Peneliti melakukan wawancara langsung dengan informan di lokasi penelitian. Wawancara dilakukan dengan pengurus DPD PAN Labuhan Batu Selatan pada masa rentang waktu 2009-2014. Hal-hal yang diwawancarai terkait dengan; (1) strategi komunikasi yang dilakukan partai untuk melakukan pencitraan politik; (2) tujuan yang diinginkan partai ketika melakukan pencitraan politik; (3) model pencitraan politik yang dilakukan DPD PAN Kabupaten Labuhan Batu Selatan.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

a. Pencitraan Politik Partai Amanat Nasional (PAN) di Kabupaten Labuhan Batu Selatan Tahun 2009-2014.

Partai Amanat Nasional yang selanjutnya disebut PAN, lahir seiring dengan bergulirnya era reformasi. PAN merupakan partai terbuka (*inklusif*) bagi warga negara Indonesia. Kelahiran PAN dibidani oleh Amien Rais, dan secara realitas, PAN memiliki hubungan batin yang kuat dengan Muhammadiyah.²⁰

Sejak pertama kali dideklarasikan pada tanggal 23 Agustus 1998 di Jakarta, PAN yang dipimpin oleh Prof. Dr. H. Amien Rais mendapat sambutan dan dukungan luar biasa dari berbagai pihak, terutama dari kalangan warga Muhammadiyah. Bahkan lebih dari sekedar dukungan moral, berdirinya PAN dalam pentas perpolitikan nasional, banyak menarik anggota Muhammadiyah untuk turut bergabung di dalamnya, sehingga yang menjadi basis massa PAN adalah Muhammadiyah. Realitas ini menguatkan argumentasi sejumlah pakar yang menilai, bahwa PAN identik dengan partainya warga Muhammadiyah.

Lantas Bagaimana di Labuhan Batu Selatan? PAN di kabupaten ini memang terbilang masih muda. PAN di Kabupaten Labuhan Batu Selatan baru berdiri lima tahun terakhir. Pendirian PAN di Labuhan Batu Selatan berdasarkan pemekaran dari kabupaten induk, yakni Kabupaten Labuhan Batu Selatan. Sebelumnya, PAN hanya berdiri di satu kabupaten yakni Kabupaten Labuhan Batu Selatan. Namun, setelah daerah ini dimekarkan menjadi tiga kabupaten masing-masing Kabupaten Labuhan Batu, Kabupaten Labuhan Batu Utara dan Kabupaten Labuhan Batu Selatan, ekspansi pengembangan PAN masuk ke Kota Pinang yakni ibukotanya Labuhan Batu Selatan.

Saat pemekaran, DPD PAN Labuhan Batu Selatan mengangkat Plt Ketua DPD PAN Kabupaten Labuhan Batu Selatan. Kemudian, berselang beberapa waktu kemudian, pemindahan kursi PAN dari kabupaten induk dilakukan. Berdasarkan pemecahan daerah pemilihan, PAN di Labuhan Batu Selatan hanya memperoleh 1 kursi di legislatif.

Seiring berjalannya peta perpolitikan di Kabupaten Labuhan Batu Selatan, PAN mengusung kadernya menjadi calon Bupati Labuhan Batu Selatan Tahun 2010, yakni Wildan Aswan Tanjung/Maslin Pulungan. Dari pencalonan ini, PAN memenangi pilkada di Labuhan Batu Selatan. Dari Sembilan pasangan calon pada pilkada Labuhan Batu Selatan, pasangan Wildan Aswan Tanjung/Maslin Pulungan tampil sebagai pemenang. Sebagai pemenang pada pilkada, Wildan pun tidak tinggal diam dan sebelum pemilu 2014, banyak melakukan program,-program kerja yang lebih menyentuh kepada masyarakat.

Selama menjadi Bupati Labuhan Batu Selatan yang juga Ketua DPD PAN Labuhan Batu Selatan, beliau rajin merawat hubungan emosional dengan masyarakat. Di samping itu, pemeliharaan terhadap basis yang bukan

Muhammadiyah, tetapi mereka simpatisan, juga jauh sangat penting. Bahkan advokasi kepada konsituen dijalankan secara konsisten, sehingga tidak hanya sekedar pencitraan *an sich*. Dinamika perpolitikan yang terus berkembang di daerah itu, bersamaan dengan berkembangnya penggunaan media massa, maka media massa perlu jugalah dimanfaatkan sebagai upaya membangun citra yang positif. Selain itu, saluran komunikasi lainnya yang tidak kalah penting, misalnya komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok dan bahkan komunikasi organisasi juga sangat penting untuk dilakukan dalam rangka merawat basis massa PAN di Kabupaten Labuhan Batu Selatan.

b. Pencitraan Yang Dilakukan Partai Amanat Nasional (PAN) di Labuhan Batu Selatan

Pencitraan telah banyak diperkenalkan oleh para pengamat politik. Para politisi sering melakukan hal tersebut dalam rangka mendongkrak perolehan suara pada setiap even pemilihan, baik Pemilu Presiden, Kepala Daerah maupun pemilihan Calon Legislatif (Caleg). Salah satu amatan yang dilakukan, partai yang terus melakukan pencitraan baik pada saat menjelang berlangsungnya kontestasi politik, maupun di luar itu adalah PAN Labuhan Batu Selatan. Dari analisis yang dilakukan, politik pencitraan memperkuat kesadaran bagi masyarakat di daerah itu, dalam rangka menjembatani kepentingan partai dengan kepentingan konstituen. Mengingat pentingnya pencitraan itu, maka DPD PAN Labuhan Batu Selatan memanfaatkan berbagai saluran komunikasi yang tersedia. Sebagaimana diungkapkan H Wildan Aswan Tanjung.

“DPD PAN Labuhan Batu Selatan pada prinsipnya tidak mau ketinggalan dengan partai-partai lainnya. Terutama dalam hal penyiaran informasi kepada masyarakat, PAN Labuhan Batu Selatan terus dan secara serius memanfaatkan keberadaan media yang berkembang sekarang ini. Bagi PAN Labuhan Batu Selatan, pemanfaatan media, baik itu cetak maupun elektronik mutlak sebagai hal yang urgen dalam membesarkan partai ini. Khususnya di Labuhan Batu Selatan, PAN menggunakan media massa, ada juga kita turun ke daerah-daerah mendatangi kontituen, baik secara personal maupun kepada kelompok-kelompok binaan kita. Misalnya, kita ada kelompok remaja binaan, ada kelompok pedagang binaan kita di beberapa daerah. Intinya, DPD PAN Labuhan Batu Selatan bahkan memiliki bulletin yang kita sebar dan dibagi-bagikan kepada konstituen. Hal itu dilakukan secara berkesinambungan, baik pada saat-saat mau pemilu atau pemilikada maupun di luar itu.

Tujuan melakukan hal tersebut, bukan untuk sekedar pencitraan supaya PAN dibilang orang peduli atau dibilang orang PAN merakyat. Tetapi DPD PAN melakukan hal tersebut, untuk menjaga ikatan emosional dengan para konstituen di akar rumput”.²¹

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari Wildan Aswan Tanjung, dapat dipahami bahwa DPD PAN Labuhan Batu Selatan memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, bukan hanya sekedar untuk membangun pencitraan. Tetapi lebih luas dari itu, adalah untuk membangun komunikasi politik, menguatkan hubungan emosional dengan konstituen, baik itu yang ada di dalam partai maupun di luar partai. Proses komunikasi tersebut dilakukan secara berkesinambungan, tidak hanya menjelang pemilu atau even-even pemilihan, seperti pemilihan umum kepala daerah (Pemilukada), tetapi dilakukan juga setelah pemilu terlaksana. Dari informasi tersebut juga dipahami, bahwa secara umum ada empat saluran komunikasi yang lazim digunakan DPD PAN Labuhan Batu Selatan untuk melakukan pencitraan sekaligus komunikasi politik, yaitu saluran komunikasi massa, media baru, baliho, pamflet, brosur, komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok.

Dalam penyampaian informasi kepada publik, media massa masih dianggap sangat berperan kuat untuk mempengaruhi iklim politik. Masyarakat mengakses segala informasi yang dibutuhkan, mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan politik melalui saluran komunikasi massa. Informasi mengenai isu-isu atau kebijakan-kebijakan politik, citra social kandidat, perasaan emosional kandidat, citra kandidat seperti kejujuran, ketegasan, kestabilan emosi kandidat dan sebagainya, semuanya bisa diperoleh masyarakat melalui saluran komunikasi massa. Bila diperhatikan lebih detail lagi, ruang-ruang publik yang termasuk di dalam media massa, menjadi ruang ekspresi bagi para politisi untuk melakukan berbagai manuver, taktik, strategi dan pencitraan politik.

Dari amatan yang dilakukan, utamanya ketika menjelang suatu perhelatan politik, baik itu pemilu Presiden, Legislatif dan Pemilukada, partai-partai dan juga politisi muncul di tengah-tengah masyarakat dengan bangunan citra yang menarik. Pemberitaan di media massa juga turut mengukuhkan hal tersebut. Agenda pemberitaan para politisi kebanyakan tidak jauh dari acara-acara seremonial, terutama yang dihadiri massa atau kunjungan ke daerah-daerah, kegiatan-kegiatan yang bersentuhan langsung dengan masyarakat, atau kegiatan bakti sosial. Bahkan

tidak sedikit dari para politisi maupun partai, mendekati diri kepada masyarakat melalui tampilan yang seolah-olah pro rakyat kecil.

Dalam kaitannya dengan pencitraan politik, hampir bisa dipastikan bahwa politik pencitraan DPD PAN Labuhan Batu Selatan tidak terlepas dari peran media dalam kapasitasnya sebagai wadah pencitraan. Bahkan kebijakan-kebijakan politis PAN juga disebar luaskan melalui media cetak tersebut. Hal ini dikuatkan oleh informasi yang disampaikan Ahmad Hidayat, di mana DPD PAN Labuhan Batu Selatan memiliki langkah-langkah taktis strategis dalam membesarkan PAN di Labuhan Batu Selatan. Sebagai partai politik yang memerlukan dukungan dari masyarakat, PAN terus melakukan upaya-upaya penguatan citra di tengah-tengah masyarakat. PAN memanfaatkan media, seperti media cetak maupun elektronik dan media yang banyak digunakan DPD PAN Labuhan Batu Selatan. Selama ini adalah media massa cetak. Wildan Aswan Tanjung selanjutnya menegaskan;

“Kebijakan-kebijakan partai, sering disebarluaskan melalui media massa, agar masyarakat menyadari bahwa PAN tidak hanya berbuat bagi diri pribadi, tetapi berbuat untuk kepentingan umat. Secara umum, media yang digunakan adalah surat kabar. Melalui surat kabar, kita mencoba menginformasikan hal-hal yang berkaitan dengan kebijakan populis yang dilakukan PAN selama ini. Misalnya, kegiatan-kegiatan sosial PAN seperti pemberian santunan kepada masyarakat yang tertimpa musibah, sunat massal, pengobatan gratis, bakti sosial, peduli lingkungan dan sebagainya. Bahkan tidak hanya yang sifatnya kegiatan sosial, kegiatan advokasi terhadap kebijakan-kebijakan pemerintah yang tidak memihak kepada rakyat, atau katakanlah yang merugikan rakyat, juga kita sebar luaskan melalui media. Selain itu, PAN Labuhan Batu Selatan menyebarluaskan gagasan-gagasan pembangunan melalui media massa. Itu dilakukan secara berkesinambungan dalam rangka menumbuhkan kesadaran masyarakat. Bukan hanya karena mau dekat pemilu supaya PAN dapat dukungan masyarakat, karena kita punya kepentingan terhadap rakyat bukan karena mau menjelang pemilu. PAN besar, karena ada rakyat, ada masyarakat yang mendukung perjuangan PAN ini. Hal itu sangat kita sadari, sehingga apapun yang berkaitan dengan kepentingan rakyat menjadi satu kewajiban bagi PAN untuk memperjuangkannya”.²²

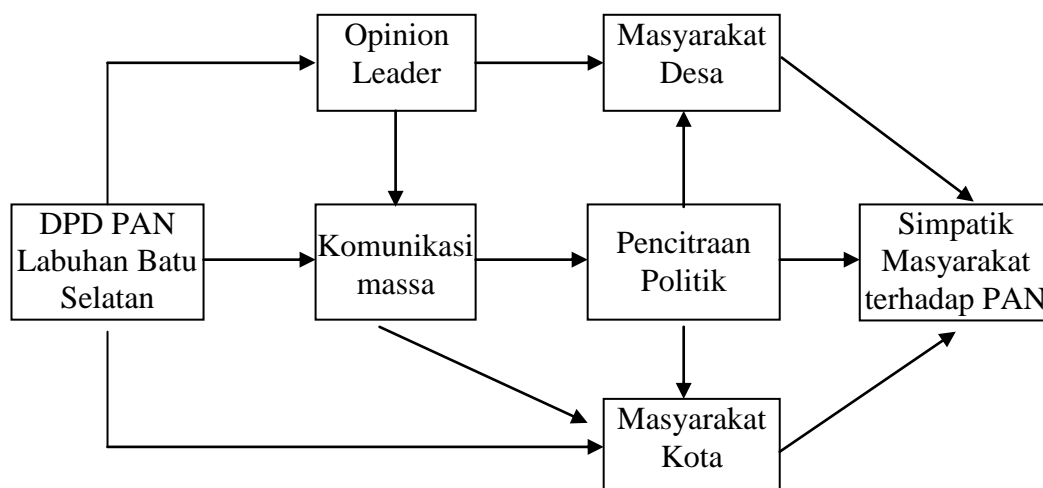
Untuk menjangkau sasaran yang ada di desa-desa pedalaman, salah satu hal yang tidak diabaikan DPD PAN Labuhan Batu Selatan adalah menjalin hubungan intensif dengan para *opinion leader* (pemuka pendapat). *Opinion leader* menjadi corong informasi yang dimanfaatkan PAN untuk meneruskan informasi berkaitan dengan kegiatan pencitraan politik PAN. *Opinion leader* tersebut dapat dari tokoh masyarakat yang tingkat pendidikannya lebih tinggi, pemuda yang

lebih tinggi tingkat mobilisasinya di masyarakat di banding dengan masyarakat lainnya. *Opinion leader* juga bisa berasal dari perwakilan partai di tingkat ranting atau di tingkat desa.

Selain itu, PAN Labuhan Batu Selatan juga menerbitkan bulletin lokal yang bernama *Matahariku*. Pesan-pesan yang disampaikan berisi berita tertulis dan gambar berwarna meliputi kegiatan pengurus DPD PAN Labuhan Batu Selatan. Pertimbangan penerbitan bulletin lokal tersebut adalah karena tidak terlalu banyak melibatkan tim kerja. Penerbitan bulletin dapat dilakukan dengan jumlah tenaga kerja yang sedikit. Tujuan penerbitan bulletin tersebut adalah untuk mengoptimalkan penyampaian pesan-pesan kepada masyarakat, terutama masyarakat yang tidak terjangkau media massa cetak lokal. Sebagaimana dijelaskan Wildan Aswan Tanjung.

“Dalam rangka menyebarluarkan informasi yang berkaitan dengan kegiatan DPW PAN Sumut terutama kepada konstituen yang berada di desa-desa yang sulit dijangkau media massa, maka kita kerjasama juga dengan para pengurus PAN di ranting-ranting. Kita juga membangun komunikasi intensif dengan para tokoh-tokoh berpengaruh di desa-desa yang belum masuk surat kabar ke sana. Bahkan untuk lebih memudahkan sosialisasi PAN, maka PAN menerbitkan bulletin. Tujuannya adalah untuk menjangkau konstituen yang berada di daerah-daerah, terutama mereka yang berada di daerah pelosok. Jadi, tugas para kaderlah untuk membagikan ke daerah-daerah terkait. Misalnya, kalau ada kader yang turun ke dapilnya, biasanya masing-masing membawa bulletin itu untuk dibagi-bagikan kepada masyarakat. Itulah salah satunya pertimbangan kita untuk terus mempertahankan penerbitan bulletin PAN Sumut. Untuk operasional pembiayaannya, itu dibebankan kepada sumbangan kader”.²³

Berdasarkan fakta-fakta itu, DPD PAN Labuhan Batu Selatan sangat selektif memilih media politik pencitraan. Pertimbangan mempertahankan bulletin tersebut karena lebih efektif, harganya lebih murah dan lebih tepat sasaran. Di samping bulletin, PAN juga memanfaatkan jasa *opinion leader*. Proses pemanfaatan media massa dan *opinion leader* dalam proses pencitraan politik PAN yang dipahami penulis dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 2. Proses Pemanfaatan Salurah Komunikasi Massa Dalam Membangun Pencitraan Politik PAN Labuhan Batu Selatan.

Gambaran di atas menunjukkan, bahwa untuk membangun pencitraan politik, PAN Labuhan Batu Selatan menggunakan saluran komunikasi massa. Komunikasi massa yang digunakan sebagaimana telah disebutkan secara umum adalah media cetak, seperti surat kabar. Dari bagan di atas terlihat, bahwa pencitraan politik kepada masyarakat kota ada yang langsung dilakukan oleh fungsionaris DPD PAN Labuhan Batu Selatan, dan ada juga yang dilakukan dengan menggunakan saluran komunikasi massa.

Media massa digunakan sebagai media pencitraan kepada masyarakat kota, karena akses masyarakat kota kepada media massa jauh lebih mudah daripada masyarakat desa. Terutama dalam mengakses media cetak, peluang masyarakat kota lebih mudah untuk mengaksesnya daripada masyarakat desa, terutama mereka yang berada di pelosok. Dengan demikian, pencitraan politik yang dilakukan DPD PAN Labuhan Batu Selatan kepada masyarakat desa lebih cenderung memanfaatkan jasa *opinion leader*. Hal tersebut disebabkan karena akses masyarakat desa terhadap saluran komunikasi massa, terutama media cetak sangat terbatas. PAN melakukan pencitraan politik dengan memanfaatkan *opinion leader* yang memiliki pengaruh, orang terpendang di masyarakat dan menjadi panutan masyarakat.

Opinion leader sebagaimana yang tergambar di atas adalah individu-individu yang menaruh perhatian terhadap informasi, dan mereka itulah yang menjadi sumber informasi bagi masyarakat desa lainnya yang terbatas aksesnya terhadap media massa. Melalui pengaruh pribadi, para *opinion leader* merupakan

saluran yang menghubungkan jaringan massa dan komunikasi interpersonal. Di samping pengaruh yang diberikan *opinion leader* terhadap keputusan politik melalui kontak interpersonal, *opinion leader* menjadi pemeran utama dalam penyebaran informasi politik, sehingga mencapai sebagian besar masyarakat yang ada di desa-desa yang minim terjangkau surat kabar.

c. Model Pencitraan Partai Amanat Nasional (PAN) Labuhan Batu Selatan

Selain media massa cetak dan elektronik, DPD PAN Kabupaten Labuhan Batu Selatan juga membangun model pencitraan lewat spanduk, brosur, pamflet, baliho, kartu-kartu kecil, iklan pohon dan atribut lainnya. Media ini disebut *Cangara* dengan istilah media luar ruangan, karena diletakkan di tempat terbuka dan tempat-tempat strategis yang memungkinkan orang lain dapat melihatnya.²⁴ Meskipun sifat jangkauannya sangat terbatas, karena hanya bisa dilihat oleh orang-orang yang lewat di mana media itu dipajangkan, ataupun orang yang sempat mencuri pandang terhadap pajangan pesan-pesan pada media tersebut, namun banyak partai yang menggunakan media tersebut sebagai saluran komunikasi pencitraan politik.

Sepanjang tahun 2010-2014, DPD PAN Kabupaten Labuhan Batu membangun pencitraan partai lewat model media luar ruangan tersebut. Media luar ruangan yang dimaksud, yaitu dengan menyebarkan atribusi partai ke seluruh dapil yang ada di Sumatera Utara. Sebagaimana dijelaskan oleh Wildam Aswan Tanjung.

”Untuk membangun pencitraan politik partai, salah satu yang dilakukan DPD PAN Labuhan Batu Selatan adalah pencitraan melalui atribusi partai yang dibagi-bagikan ke masyarakat. Atribut partai itu berasal dari PAN. Ada yang disumbangkan oleh DPP PAN dan ada juga ada bantuan dari masing-masing caleg. Pada masa ketua umum Hatta Rajasa misalnya, atribut PAN jenis berdera PAN dan itu dibagikan kepada seluruh DPC dan DPRt PAN yang ada di Labuhan Batu Selatan. DPD PAN Labuhan Batu Selatan sendiri memperoleh 3.000 atributisasi bendera yang kemudian didistribusikan ke seluruh kecamatan dan desa, di Kabupaten Labuhan Batu Selatan. Sedangkan baju kaus, PIN dan atribusi partai lainnya diperbanyak dan disumbangkan oleh caleg yang berada di dapil masing-masing”.²⁵

Dari penelusuran penulis, model pencitraan politik melalui media luar ruangan ini tidak hanya dilakukan DPW PAN Sumatera Utara pada saat menjelang pemilu ataupun kampanye, tetapi hal tersebut dilakukan dalam berbagai kesempatan dan even-even penting. Misalnya, ketika menyambut hari-hari besar umat Islam seperti puasa dan Idul Fitri, PAN dan para kadernya senantiasa membuat ucapan “DPD PAN Labuhan Batu Selatan mengucapkan selamat menunaikan ibadah puasa Ramadhan”, “DPD PAN Labuhan Batu Selatan mengucapkan selamat hari raya Idul Fitri 1 Syawal 1436 H, mohon maaf lahir dan batin”. Ucapan yang sama tidak ketinggalan disampaikan secara pribadi oleh para kader, baik kader PAN yang sudah menjadi anggota DPRD Labuhan Batu Selatan maupun yang pengurus biasa. Spanduk-spanduk ucapan banyak terlihat diikatkan di tempat-tempat strategis yang ramai di lewati orang, misalnya di persimpangan jalan, di jalan-jalan protokol dan lain-lain. Bahkan sejumlah kader PAN yang duduk di DPRD Labuhan Batu Selatan, tidak hanya menyampaikan pesan dalam bentuk spanduk, tetapi juga dalam bentuk baliho.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan sepanjang tahun 2009-2014 penggunaan media luar ruangan tersebut sangat banyak dimanfaatkan kader PAN, terutama bagi mereka yang mencalonkan diri sebagai anggota legislatif untuk membangun pencitraan politik. Di spanduk-spanduk foto para caleg dibuat bervariasi. Ada foto latar belakangnya terlihat sangat ramah karena mengumbar senyuman sambil menyimpulkan tangan di depan dada, seolah-olah minta maaf kepada masyarakat. Jelasnya terlihat sangat ramah, bersahabat dan Islami. Ada juga foto yang dibuat dengan lambaian tangan dan sebagainya. Selain itu, pesan-pesan yang disampaikanpun dibuat dengan bervariasi dengan tujuan untuk mempersuasi masyarakat yang membacanya. Selain baliho dan spanduk, terdapat juga penggunaan iklan pohon, di mana foto-foto para caleg ditempelkan di pohon yang terdapat di sepanjang pinggir jalan protokol. Tujuannya adalah untuk membangun pencitraan politik sekaligus memperkenalkan yang bersangkutan kepada masyarakat.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa apa yang dilakukan DPD PAN Labuhan Batu menunjukkan secara realitas bahwa media, baik media massa, media luar ruangan merupakan kekuatan yang senantiasa diperhitungkan, terutama dalam menciptakan opini publik. Bahkan bisa dikatakan, bahwa media

dalam dunia politik menjadi sesuatu yang tidak asing lagi di mata masyarakat. Dengan adanya informasi politik yang disajikan media, masyarakat menjadi tahu mengenai realitas dan perkembangan isu politik yang berkembang. Melalui media, masyarakat juga dapat menyuarakan opini dan pandangannya terhadap situasi politik yang sedang berkembang. Dalam kaitan itu pula, media menjadi ruang public (*public sphere*) yang sangat terbuka untuk siapa saja yang ingin mencari popularitas atau membangun citra.

Di sisi lain, model pencitraan yang dilakukan DPD PAN Kabupaten Labuhan Batu Selatan ini, untuk membantu penguatan keberhasilannya dalam membangun citranya di Labuhan Batu Selatan. Misalnya, DPD PAN Labuhan Batu melakukan mobilisasi massa sampai ke massa akar rumput (*grass root*), yaitu masyarakat awam, sehingga masyarakat tersebut bertambah pengetahuannya tentang PAN dan menjatuhkan pilihan pada PAN. DPD PAN Labuhan Batu melakukan gerakan populis, yaitu gerakan yang merakyat dengan memperhatikan kepentingan-kepentingan rakyat kecil. Secara organisatoris juga dilakukan PAN untuk menguatkan gerakan ke masyarakat dengan mendorong agar mesin partai bergerak. Inilah yang dilakukan PAN Labuhan Batu Selatan dalam meraih keberhasilannya.

Di Labuhan Batu Selatan dikatakan berhasil karena raihan kursi PAN meningkat. Dari 1 kursi naik menjadi 11 kursi di legislatif. Labusel dimekarkan dari kabupaten induk Labuhan Batu. Ditinjau dari sudut kepartaian PAN, Labusel diketuai oleh seorang bupati yaitu Wildan Aswan Tanjung. Dari sini tentu terlihat, bahwa keberhasilan PAN juga tidak terlepas dari peran aktif kepala daerah yang secara kebetulan adalah Ketua DPD PAN.

Tetapi terlepas dari itu, penulis melihat terdapat faktor lain yang menjadikan Labusel berhasil mendudukkan wakilnya di DPRD, yang tercatat dalam sejarah perpolitikan PAN sebagai daerah penyumbang kursi terbanyak di DPRD. Di Labusel anggota DPRD PAN sebanyak 11 orang. Bila diperhatikan dari sudut sistem pemilihan yang berlaku sekarang ini, Labuhan Batu Selatan di bagi kepada 5 Dapil, yaitu Dapil I Kecamatan kota pinang. Di dapil ini, PAN memperoleh 2 kursi. Dapil II, yaitu Torgamba A PAN berhasil memperoleh 2 kursi. Dapil III yaitu Torgamba B, PAN juga memperoleh 2 kursi. Dapil IV yaitu Dapil Kampung Rakyat PAN memperoleh 2 kursi. Dapil V yaitu Kecamatan

Sungai Kanan dan Kecamatan Silangkitang, PAN berhasil meraih 3 kursi. Dari sini terlihat, bahwa raihan suara PAN untuk seluruh Labusel dapat dikatakan merata, karena hampir semua dapil PAN berhasil mendudukkan wakilnya.

Berdasarkan penelusuran yang dilakukan, kemenangan PAN di daerah ini tidak terlepas dari dukungan masyarakat yang melihat PAN sebagai partai aspirasi mereka. Ini juga ditegaskan oleh Gandhi Faisal pada saat diwawancarai.

”Kekuatan PAN di daerah ini didukung oleh caleg-caleg yang memiliki finansial dan juga merupakan tokoh masyarakat setempat yang memiliki pengaruh kuat. Mereka yang menjadi anggota DPRD dari PAN adalah orang-orang berpengaruh. Mereka pemilik usaha. Mereka sudah dikenal dekat dengan masyarakat. Ini yang membuat banyak anggota PAN yang jadi anggota DPRD. Selain itu, PAN di Labusel ini dipimpin oleh bupati. Jadi penguatan peran itu semakin terlihat oleh masyarakat. Jadi keberhasilan PAN di daerah ini, tidak terlepas dari kekuasaan daerah yang secara kebetulan bupatinya berasal dari PAN Labusel”.²⁶

Informasi di atas, erat juga kaitannya dengan informasi yang disampaikan oleh Ketua DPD PAN Labusel, bahwa PAN Labusel memperoleh suara 11 kursi di DPRD Labusel. Perolehan tersebut merupakan satu prestasi besar bagi PAN sepanjang perpolitikan yang dilalui PAN. Karena baru Labusel yang mampu meraih 11 kursi DPRD untuk seluruh Indonesia.

“Tidak ada strategi khusus untuk meningkatkan perolehan kursi PAN di Labusel dari 1 kursi menjadi 11 kursi. Model yang dilakukan PAN untuk mencitrakan diri di tengah-tengah masyarakat adalah melalui program yang menyentuh. Misalnya, PAN membantu kau duafa, memberikan beasiswa kepada anak-anak kurang mampu guna melanjutkan pendidikannya. Di samping itu, secara berkesinambungan pengurus PAN Labusel turun ke masyarakat untuk membangun pencitraan PAN. Mendatangi rumah-rumah penduduk dalam rangka menjaga konsituen sehingga mereka tidak lari dari PAN. Kemudian, pengurus PAN di Labusel melakukan pencitraan PAN melalui penguatan leadersip, kekuatan kekeluargaan, memberdayakan jaringan kekeluargaan, pemanfaatan jasa para tokoh masyarakat. Pencitraan kepedulian terhadap kegiatan-kegiatan keagamaan. Untuk menguatkan citra PAN, para calegnya pun sengaja dipilih dari tokoh-tokoh masyarakat yang berpengaruh”.²⁷

Dari informasi di atas, jelaslah terlihat bahwa PAN di Labusel berhasil menarik simpatisme masyarakat untuk memilih PAN, sehingga PAN mampu meraih 11 kursi di DPRD Labusel. Dari informasi tersebut terlihat, ada dua pendekatan komunikasi politik yang dikembangkan PAN dalam meraih

kemenangan pemilu di Kabupaten Labusel, yaitu pendekatan struktural dan pendekatan kultural.

Dari pengamatan yang penulis lakukan, dapat juga ditegaskan bahwa keberhasilan PAN meraih 11 kursi di DPRD Labuhan Batu Selatan juga tidak terlepas dari dua faktor, yaitu faktor modal sosial dan modal kapital. *Pertama*, modal sosial yaitu kemampuan untuk membangun relasi, hubungan dan membangun popularitas dalam mewujudkan tujuan bersama. Modal sosial merupakan fenomena yang berasal dari orang-orang yang membentuk koneksi sosial dan *network* yang didasarkan atas prinsip kepercayaan dalam hubungan dan saling menguntungkan. Dari penelusuran yang dilakukan penulis, modal sosial ini sangat kuat dimiliki oleh kader-kader PAN Labusel yang sudah menjadi anggota DPRD. Modal sosial paling kuat mempengaruhi masyarakat adalah keberadaan Bupati Labusel yang merupakan Ketua Umum DPD PAN.

Kedua, modal kapital yaitu modal finansial, material dan ekonomi. Modal ini merupakan salah satu faktor yang sangat dibutuhkan partai dan para politisi untuk memenangkan kontestasi politik. Satu partai tidak akan bisa eksis kalau tidak didukung oleh modal kapital. Modal kapital ini tentu akan memudahkan seseorang untuk memobilisasi massa, mengarahkan massa untuk bersedia memilih dan sebagainya. Dukungan modal sosial, dapat memudahkan seorang politisi untuk melakukan yang namanya politik transaksional. Karena tidak dipungkiri, bahwa politik transaksional ini juga berlaku dalam mendukung kemenangan caleg-caleg PAN di Labusel. Politik transaksional yang dimaksud, tentu bukan politik uang (*money politic*) apalagi pembelian suara pemilih. Politik transaksional yang dimaksud adalah politik yang dilakonkan seorang politisi PAN dengan cara memberi bantuan berupa fasilitas sarana, seperti pengadaan sarana pengajian, sarana olah raga anak muda, bantuan pendidikan dan sebagainya.

Pemberian bantuan yang sifatnya sangat transaksional tersebut, bertujuan untuk mempengaruhi pemilih guna mendapatkan keuntungan tertentu. Politik transaksional seperti yang dilakukan politisi PAN, dianggap sebagai praktik yang sangat ampuh untuk menarik simpati pemilih, khususnya pemilih tradisional yang tidak mengetahui persis suasana politik menjelang pemilihan umum. Misalnya seperti temuan yang diperoleh penulis terkait dengan pemilu di Labusel, kemenangan PAN tidak terlepas dari praktik transaksional. Caleg-calegnya

memberikan bantuan barang, sarana dan kebutuhan masyarakat, sehingga masyarakatpun memilih mereka. Di Kabupaten Labuhan Batu Selatan, awalnya posisi perolehan kursi PAN hanya memiliki 1 kursi, tetapi setelah dimekarkan dari Kabupaten Labuhan Batu (induk), maka pada pemilu legislatif tahun 2014, perolehan kursi PAN di Labusel bertambah secara signifikan menjadi 11 kursi. Dari penelusuran yang dilakukan penulis, meningkatnya perolehan kursi PAN di Labusel didukung oleh faktor kekuasaan yang secara kebetulan Ketua DPD PAN Labusel sekaligus sebagai bupati.

Kesimpulan

Berdasarkan kajian yang dilakukan terkait dengan pencitraan politik yang dilakukan DPD PAN Labuhan Batu Selatan Tahun 2009-2014, dapat ditarik kesimpulan:

Pertama, pencitraan politik yang dilakukan Partai Amanat Nasional (PAN) di Labuhan Batu Selatan Tahun 2009-2014 menggunakan strategi komunikasi politik yang sangat bervariasi. Tujuan pencitraan, untuk meraih simpatik masyarakat, sehingga elektabilitas perolehan suara PAN dapat meningkat.

Kedua, variatifnya pemanfaatan sejumlah media komunikasi dan juga program kerja, mampu berhasil menarik perhatian masyarakat. Dukungan terhadap PAN muncul dari berbagai lapisan masyarakat, baik dari tokoh maupun masyarakat umum.

Ketiga, dari beberapa model pencitraan politik yang dilakukan DPD PAN Labuhan Batu Selatan, mulai dari komunikasi massa, penggunaan media komunikasi kelompok, komunikasi luar ruangan. Model pencitraan politik seperti ini sukses dilakukan. Ini dibuktikan bahwa PAN Labuhan Batu Selatan perolehan kursinya meningkat dari 1 kursi menjadi 11 kursi.

Catatan

¹ Anwar Arifin, *Politik Pencitraan - Pencitraan Politik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h. xi.

² Dan Nimmo, *Komunikasi Politik; Khalayak dan Efek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), h. 108.

³ Firmanzah, *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2012), h. 229.

⁴ Silih Agung Wasesa dan J. Macnamara, *Strategi Public Relations, Membangun Pencitraan Berbiaya Minimal dengan Hasil Maksimal* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010), h. 38.

⁵ Nasril Bahar, “Kembali Kepada Jati Diri PAN” dalam *Fraksi PAN: Wujudkan Amanat Rakyat* (Jakarta: Fraksi PAN Publisher, 2014), h. 72-74.

⁶ Rendro Dhani, *Centang Perenang Manajemen Komunikasi Kepresidenan dari Soekarno Sampai Megawati* (Jakarta: Pustaka LP3ES, 2004), h. x.

⁷ Soleh Soemirat dan Elvinaro, *Dasar-Dasar Publik Relations* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), h. 111-112.

⁸ *Ibid*, h. 115-116.

⁹ Ruslan, *Strategi Public Relations, Bauran Public Relations* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997), h. 50.

¹⁰ Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pencitraan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia* (Jakarta: Erlangga, 1994), h. 401.

¹¹ Lynda Lee Kaid, *Handbook Penelitian Komunikasi Politik*, Terj. Ahmad Asnawi (Bandung: Nusa Media, 2015), h. 26.

¹² Efek kognitif menunjukkan jika terjadi perubahan pada apa yang diketahui, difahami, atau dipersepsi seseorang. Efek kognitif berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi. Efek kognitif berkaitan juga dengan penciptaan atau penghilangan ambiguitas, pembentukan sikap, agenda setting, perluasan sistem keyakinan masyarakat dan penegasan terhadap nilai-nilai. Lihat, S. Djuarsa Sendjaja Dkk, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Universitas Terbuka, 1994), h. 201.

¹³ Sumirat dan Elvinaro, *Dasar-Dasar*, h. 155.

¹⁴ Studi tentang keyakinan dan sikap politik memiliki beberapa konsep kunci yang sama dengan psikologi. Dua konsep sentral adalah kognisi dan afek. Kognisi mengacu pada cara bagaimana individu memproses dan menggunakan informasi. Studi tentang kognisi terfokus pada isu-isu perhatian, persepsi, pembelajaran, dan memori. Keyakinan adalah probabilitas subjektif seseorang bahwa suatu obyek memiliki karakteristik tertentu, atau apa yang dianggap seseorang benar tentang dunia. Afeksi mengacu pada bagaimana seseorang dapat merasakan tentang suatu hal. Sementara sikap sebagaimana dijelaskan Gordon Allport adalah kondisi kesiapan mental atau saraf, yang terorganisir melalui pengalaman, yang memberikan pengaruh direktif atau dinamis terhadap respons individu terhadap obyek dan situasi yang terkait dengannya. Akhirnya, perilaku dapat menimbulkan disonansi kognitif dan keinginan untuk mencapai konsistensi atau keseimbangan kognitif yang pada gilirannya dapat melahirkan penyesuaian dalam apa yang dipikirkan dan dirasakan orang tentang dunia politik dan sosial. Lihat, Kaid, *Handbook*, h. 532-534.

¹⁵ Nimmo, *Komunikasi Politik*, h. 6-7.

¹⁶ Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1984), h. 25.

¹⁷ Mulyana, *Metode Penelitian*, h. 157-159.

¹⁸ Heru Basuki, *Penelitian kualitatif: Untuk Ilmu-Ilmu Kemanusiaan dan Budaya* (Jakarta: Universitas Gunadarma, 2006), h. 86.

¹⁹ Rakhmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2006), h. 69.

²⁰ Dalam mukaddimah Anggaran Dasar Muhammadiyah yang disahkan sidang tanwir 1950 secara tegas disebutkan bahwa Muhammadiyah memilih dan menempatkan dirinya berjuang dalam bidang kemasyarakatan dengan tiga fungsi utama, yakni *dakwah ilal khair* (mengajak kepada kebaikan), *amar ma'ruf* (menjalankan kebaikan), dan *nahi munkar* (mencegah dan menjauhi keburukan). Dalam penguatan *khittah* itu, Muhammadiyah menegaskan lagi bahwa tidak akan terjun dalam politik praktis, tidak akan menjadi partai politik, dan tidak akan memasuki lembaga-lembaga kekarya politik. Sikap tersebut bukan disebabkan oleh pandangan negatif atau pesimis terhadap perjuangan politik, apalagi anti-politik atau apolitik. Penegasan itu adalah sebabentuk sikap, karena strategi perjuangan yang dipilih Muhammadiyah adalah gerakan dakwah dan sosial kemasyarakatan yang tidak kalah mulianya dibanding dengan perjuangan partai politik. Satu hal yang tidak dapat dihapuskan dari kenyataan, bahwa meskipun PAN tidak lahir langsung dari rahim organisasi Muhammadiyah, namun keduanya memiliki keterikatan moral-politik dan historis satu sama lain. Jejak historis PAN dengan Muhammadiyah tidak terlepas dari kedekatan emosional tokoh-tokohnya. Banyak tokoh PAN yang berasal dari Muhammadiyah dan sebaliknya banyak kader Muhammadiyah yang masuk pada jajaran PAN. Ikatan emosional ini menguat, karena kepentingannya sama, yaitu sama-sama ingin membesarkan PAN dan Muhammadiyah. Lihat, Anang Anas Azhar, "Jarak PAN dan Muhammadiyah" dalam *Harian Waspada*, tanggal 24 Agustus 2015.

²¹ Wildan Aswan Tanjung, Ketua DPD PAN Labuhan Batu Selatan, periode 2010-2014. Wawancara tanggal 30 Mei 2016 di Kota Pinang, di Kantor DPD PAN Labuhan Batu Selatan.

²² Ahmad Hidayat, Sekretaris DPD PAN Kabupaten Labuhan Batu Selatan, periode 2010-2014. Wawancara tanggal 3 Juni 2016 di Kantor DPD PAN Kabupaten Labuhan Batu, Kota Pinang.

²³ Wildan Aswan Tanjung, Ketua DPD PAN Kabupaten Labuhan Batu Periode 2010-2014. Wawancara tanggal 30 Mei 2016 di Kota Pinang.

²⁴ Cangara, *Perencanaan*, h. 123.

²⁵ Wildan Aswan Tanjung, Ketua DPD PAN Labuhan Batu Selatan periode 2010-2014 dan Bupati Labuhan Batu Selatan priode 2011-2015. Wawancara tanggal 20 Juni 2016 di kantor sekretariat DPD PAN Labuhan Batu Selatan, Kota Pinang.

²⁶ Gandi Faisal Siregar, Wakil Ketua DPD PAN Labusel dan juga Anggota DPRD Labusel. Wawancara tanggal 17 Juli 2016 di rumah makan Bahagia Kota Pinang.

²⁷ Wildan Aswan Tanjung, Ketua DPD PAN Labusel Periode 2011-2015 dan periode 2015-2020. Wawancara tanggal tanggal 17 Juli di Kota Pinang.

DAFTAR PUSTAKA

Alfian, M. Alfian. *Menjadi Pemimpin Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.

Ardial. *Komunikasi Politik*. Jakarta: Indeks, 2010.

Ardianto, Elvinaro dkk. *Komunikasi Pengantar; Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007.

Arifin, Anwar. *Komunikasi Politik: Paradigma, Teori, Aplikasi, Strategi Komunikasi Politik Indonesia*. Jarkarta: PT. Balai Pustaka, 2003.

- _____. *Politik Pencitraan - Pencitraan Politik*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Liddle, R. Wiliam. *Partisipasi dan Partai Politik di Indonesia Pada Awal Orde Baru*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti, 1992.
- Bahar, Nasril. “Kembali Kepada Jati Diri PAN” dalam *Fraksi PAN: Wujudkan Amanat Rakyat*. Jakarta: Fraksi PAN Publisher, 2014.
- Basuki, Heru. *Penelitian kualitatif: Untuk Ilmu-Ilmu Kemanusiaan dan Budaya*. Jakarta: Universitas Gunadarma, 2006.
- Biagi, Shirley. *Media Impact: an Introduction to Mass Media*, 3rd ed. New York: Wadsworth Publishing Company, 1995.
- Bogardus, Emori S. *The Marketing Public Opinion*. New York: Association press, 1991.
- Bungin, Burhan. *Analisa Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis Ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 1998.
- _____. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- _____. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2013.
- Dhal, Robert, A. *Analisis Politik Modern*, Terj. Mustafa Kamil Ridwan. Jakarta: PT Bumi Aksara, 1994.
- Danial, Akhmad. *Iklan Politik TV: Modernisasi Kampanye Politik Pasca Orde Baru*. Yogyakarta: Lkis, 2009.
- Darmawan, Ikhsan. *Mengenal Ilmu Politik*. Jakarta: Kompas Media Nusantara, 2015.
- Effendy, Onong Uchjana. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- _____. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1984.
- Firmanzah. *Persaingan, Legitimasi Kekuasaan, dan Marketing Politik*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2010.

_____. *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2012.

McNair, Brian. *An Introduction To Political Communication*. London: Routledge,

Mulyana, Dedi. *Komunikasi Efektif: Suatu Pendekatan Lintas Budaya*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.

_____. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001.

_____. *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.

_____. *Komunikasi Politik, Politik Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014.

Nimmo, Dan. *Komunikasi Politik; Khalayak dan Efek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.

_____. *Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan dan Media*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006.

Surat Kabar

Anang Anas Azhar, “Jarak PAN dan Muhammadiyah” dalam *Harian Waspada*, tanggal 24 Agustus 2015.

_____. “Mencari Figur Ketua PAN Sumut” dalam *Harian Waspada*, tanggal 19 Juni 2015.

_____. “Media dan Iklan Politik” dalam *Harian Analisa*, tanggal 13 Pebruari 2014.

Hasil Wawancara

Bahri, Samsul. masyarakat Desa Tanjung Medan Kecamatan Kampung Rakyat Kabupaten Labuhan Batu Selatan. Wawancara tanggal 19 Juni 2016 di Desa Tanjung Medan.

Muhajir. Warga masyarakat Desa Asam Jawa Kecamatan Kota Pinang, Kabupaten Labuhan Batu Selatan. Wawancara tanggal 16 di Desa Asam Jawa.

Tanjung, Wildan Aswan. Ketua DPD PAN Labusel Periode 2011-2015 dan periode 2016-2021. Wawancara tanggal tanggal 17 Juli di kantor DPD PAN Labusel.

Hidayat, Ahmad. Sekretaris DPD PAN Labusel Periode 2011-2015 dan periode 2016-2021. Wawancara tanggal tanggal 17 Juli di kantor DPD PAN Labusel.