

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data

1. Peran dan Fungsi LPP sebagai *Public Relations* PKB Sumenep

Public Relations (PR) merupakan salah satu bagian penting dari sebuah institusi, organisasi maupun perusahaan, baik untuk membangun citra yang positif ataupun untuk mencapai target-target dari masing-masing institusi atau organisasi yang menaunginya. Untuk mencapai target-target tersebut *PR* harus memiliki strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuannya.

Tim sukses dari beberapa partai politik telah berlomba merancang langkah-langkah, termasuk kegiatan kehumasan untuk menghasilkan publisitas yang positif. Beberapa partai politik besar telah mencoba merancang komunikasinya secara profesional, bahkan tidak jarang mereka mempercayakan ide dan konsep partai kepada konsultan *PR* profesional.

Peranan *PR* semakin dirasakan penting dalam menunjang keberhasilan program kampanye pada pemilihan legislatif. *PR* memiliki peran dalam membangun suatu citra yang dimiliki rentetan alur sebagai berikut:

- a. Memberikan informasi, *public relations* diharapkan dapat menciptakan citra baik seseorang atau sebuah organisasi partai politik yang tepat. Citra positif tersebut harus memiliki nilai-nilai kuat yang berkaitan dengan orang atau parpol tersebut. Bagaimana *public*

relations dapat menciptakan yang baik dan memberikan informasi dari internal partai politik ke publik atau sebaliknya. Tentu seorang *PR* harus lebih kreatif dalam proses penyatuan pendapat atau opini publik terhadap parpol tersebut. Karena citra yang positif dari partai PKB nantinya akan sangat melekat di hati masyarakat. Tentu dalam proses penyaringan informasi dibutuhkan kejelian dan keseriusan sehingga akan menghasilkan dampak positif terhadap partai. Peranan dalam memberikan informasi kepada masyarakat tentu juga harus terus dilakukan karena masyarakat perlu mengetahui siapa dan bagaimana calon legislatif yang akan mereka pilih. Peran tokoh masyarakat atau pemuka agama dari para kader PKB dalam memberikan informasi baik internal maupun eksternal diharapkan dapat membuat masyarakat percaya. Seperti halnya yang dikatakan oleh Ketua dewan syuro PKB:

“Bahwasanya PKB bisa menjadi partai besar di Kab Sumenep karena adanya peran para tokoh masyarakat dan para pemuka agama di Kab Sumenep yang kebetulan memang mereka adalah kader PKB”.¹

- b. Meyakinkan masyarakat, setelah memberikan informasi tentang calon legislatif atau partai politik tersebut, informasi harus dikemas dengan baik dan menarik untuk kemudian dikomunikasikan kepada masyarakat dengan media elektronik ataupun mungkin dengan berdiskusi langsung dengan publik. Dengan memberikan informasi

¹K.H. Busyro Karim, M.Si, Wawancara Langsung (23 November 2020)

yang akurat dan dapat dipercaya, diharapkan dapat meyakinkan masyarakat untuk memberikan hak suaranya kepada calon legislatif dari partai PKB. Seharusnya dengan adanya peran *PR* untuk meyakinkan masyarakat pada jaman 4.0 seperti saat ini, komunikasi melalui elektronik sangatlah berpengaruh namun *PR* PKB belum sepenuhnya melakukan hal tersebut. PKB memiliki beberapa akun media sosial untuk perantara mereka berkomunikasi dengan masyarakat meski belum digunakan secara maksimal. Seperti halnya yang dikatakan oleh sekretaris LPP PKB 2019.

“Kami memiliki beberapa akun media sosial seperti web, youtube dan facebook. Tapi itu belum digunakan secara maksimal. Yang berjalan hanya facebook”.²

Tentu ini merupakan pr bagi partai PKB, dengan zaman yang semakin canggih seperti ini tentu ini bukanlah hal yang sulit. Manusia saat ini hidup dengan kekuatan teknologi, yang seharusnya ini bisa menjadi media tambahan untuk PKB.

- c. Membangkitkan ketertarikan masyarakat, informasi politik yang dikomunikasikan oleh seorang *public relations* kepada masyarakat diharapkan dapat meyakinkan masyarakat sehingga terjadi proses pemaknaan pesan oleh publik terhadap pesan tersebut. Dari informasi

²Ach. Syaiful A'la, Wawancara Langsung (10 November 2020)

tersebut jugalah diharapkan masyarakat dapat berfikir secara logis untuk membentuk masyarakat yang mandiri secara pemikiran.

Informasi politik diberikan untuk meyakinkan dan membangkitkan ketertarikan masyarakat terhadap para calon legislatif dari partai PKB. Selanjutnya bagaimana *PR* untuk bisa menyelaraskan informasi dari publik atau dari partai PKB agar harapan masyarakat terhadap partai PKB dan harapan partai PKB terhadap masyarakat dapat sama-sama terpenuhi. Memberikan informasi, meyakinkan masyarakat dan membangkitkan ketertarikan masyarakat dengan baik dan kuat, begitu juga mengkomunikasikan informasi dengan efektif dan tepat sehingga interpretasi informasi dapat berjalan dengan mudah dan menghasilkan persepsi masyarakat yang diharapkan, maka citra positif dari seseorang atau organisasi sudah terbentuk berkat apa yang dilakukan oleh *public relations*.

Partai politik memiliki citra yang baik atau positif atau lebih sederhananya populer, hal itu tidaklah cukup. Menciptakan citra partai politik harus disertai bagaimana dapat menghasilkan suatu reputasi yang nyata dan selaras dengan apa yang dibangun melalui identitas positif yang melekat pada citranya.

Dari pemaparan di atas, menurut peneliti jika seorang *PR* benar-benar melakukan hal di atas tentu sebuah organisasi akan mengalami perkembangan pesat di masa depan, akan banyak lahirnya perspektif-perspektif baru dalam memandang *public relations* demi

mendukung komunikasi politik. Bisa saja posisi seorang *PR* di beberapa tahun kemudian menjadi yang sangat penting bagi partai politik.

2. Strategi Komunikasi LPP sebagai *Public Relations* PKB Sumenep

Berbicara mengenai strategi tentu ada gerakan yang dapat dilihat oleh masyarakat. Adanya istilah serangan fajar mewarnai dimensi politik dalam pemilu 2019 di Kabupaten Sumenep. Ada trik-trik politik yang belum mampu dilihat secara langsung bila peneliti amati sebelumnya. Untuk itulah secara lebih mendalam peneliti begitu perhatian dengan pemilu yang dilaksanakan di Kabupaten Sumenep mengenai bagaimana eksistensi *PR* partai politik tersebut bekerja. Dari hasil data awal peneliti mendapatkan bahwa *PR* pada PKB dilakukan oleh LPP yaitu Lembaga Pemenangan Pemilu. PKB tidak memiliki badan secara khusus tentang *Public Relations* yang melakukan seluruh pekerjaan untuk menciptakan kesan positif pada masyarakat.

Perpolitikan ditingkat Kabupaten Sumenep terutama terhadap pemilihan anggota DPRD dimulai sejak Indonesia menganut sistem demokrasi yaitu pada tahun 1998. Persaingan politik dalam perebutan kursi di DPRD tersebut melibatkan berbagai partai politik, salah satunya ialah Partai Kebangkitan Bangsa (PKB). Beberapa kali diadakan pemilihan legislatif di Kabupaten Sumenep PKB memperoleh hasil suara yang selalu berubah. Pada pemilihan legislatif

pertama pada tahun 1998 PKB mendapatkan kursi terbanyak yakni 25 kursi di DPRD. Dan dalam pemilihan legislatif selanjutnya PKB mengalami penurunan dalam perolehan kursi, seperti ditahun 2014 PKB hanya memperoleh 7 kursi. Seperti yang dikatakan oleh Sekretaris LPP PKB Sumenep:

“Selama 4 kali mengikuti pemilu PKB selalu mendapat kursi meski ditahun 2014 PKB memperoleh kursi lebih sedikit dari pemilu sebelumnya”.³

Keterangan di atas menunjukkan bahwa PKB tidak selalu mendapatkan kursi terbanyak di DPRD. Ada banyak faktor yang bisa mempengaruhi kemerosotan PKB dalam mendapatkan kepercayaan masyarakat, salah satunya adanya partai-partai politik baru yang membuat LPP PKB harus memperbaharui strategi-strategi kemenangan dalam pemilu legislatif. Hal ini dipertegas oleh Ketua Tanfidziyah PKB Sumenep:

“Pada pemilu legislatif 2019 LPP PKB memperbaharui strategi kemenangan untuk bisa unggul kembali seperti pemilu tahun sebelumnya”.⁴

Keterangan di atas sesuai dengan data hasil perhitungan bahwa setelah pemilihan calon legislatif DPRD 2019 PKB mendapatkan 11 kursi.

³Ach. Syaiful A'la, Wawancara Langsung (10 November 2020).

⁴K.H. Imam Hasyim, S.H.,M.H., Wawancara Langsung (01 Desember 2020)

Untuk memperoleh suara atau kursi terbanyak di DPRD dalam pileg Kabupaten Sumenep tahun 2019 pengurus PKB khususnya LPP melakukan strategi khusus yakni:

a. Mempererat Silaturahmi dengan Para Ulama Nahdliyin

Strategi utama yang dilakukan oleh LPP PKB dalam memenangkan pileg tahun 2019 ialah mempererat tali silaturahmi dengan para ulama NU karena PKB adalah anak kandung dari NU. Maka sewajarnya para pengurus PKB menjalin dan menjaga hubungan baik dengan para ulama. Strategi ini sangat berpengaruh bagi PKB karena masyarakat sumenep masih sangat berpegang teguh pada politik kultural NU seperti harus patuh dan taat pada ulama atau kiai untuk mendapatkan barokah dari para *alim*.

Adapun strategi mempererat silaturahmi dengan para ulama Nahdliyin telah membuat PKB mampu memperoleh suara dan bahkan mendapatkan 11 kursi di DPRD Sumenep. Hal ini dikarenakan hubungan antara pengurus PKB dan ulama Nahdliyin terjalin dengan sangat baik.

Banyaknya ulama atau kiai, tokoh agama dan tokoh masyarakat dari kalangan pengurus PKB juga menjadi salah satu faktor banyaknya masyarakat yang percaya terhadap partai tersebut sehingga ketika pemilihan calon legislatif juga banyak masyarakat yang memberikan

kepercayaannya kepada calon legislatif dari fraksi PKB. Seperti yang diungkapkan oleh Ketua Dewan Syuro KH. Busyro Karim, M. Si:

“Salah satu faktor PKB bisa mendapat kepercayaan masyarakat karena para calon legislatif dominan sebagai tokoh masyarakat selain juga tokoh agama di lingkungannya”.⁵

Berdasarkan apa yang diungkapkan oleh Ketua Dewan Syuro PKB bahwa calon legislatif fraksi PKB juga sangat berpengaruh di lingkungannya. Hal ini juga menjadi tambahan dukungan bagi calon legislatif dalam melakukan strategi yang sudah dirancang oleh LPP. Karena komunikasi dengan berbagai pihak menjadi hal yang sangat penting dalam perjalanan sebuah partai politik. Mulai dari ulama, pemuka agama, tokoh masyarakat sangat memberikan pengaruh pada hasil perolehan suara dan kursi di DPRD Sumenep.

Dari keterangan di atas disimpulkan, strategi ini dapat membangun kembali silaturahmi para ulama yang mungkin sempat merenggang dan berakibat pada penurunan perolehan suara PKB ditahun pemilu sebelumnya.

Tentu dengan mempererat silaturahmi dengan pemuka agama dapat sedikit membuka jalan bagi para calon legislatif untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat dengan membentuk tim sukses di dapil masing-masing guna mengatur strategi kemenangan di tingkat desa setelah

⁵K.H. Busyro Karim, M.Si, Wawancara Langsung (23 November 2020).

sebelumnya mengikuti sosialisasi dari LPP PKB. Dari para calon legislatif inilah yang menjalankan segala strategi yang telah direncanakan oleh LPP PKB dan juga tim ditingkat desa. Seperti yang diungkapkan oleh Ketua DPRD Kab Sumenep Fraksi PKB:

“Setelah dari LPP PKB, kami memiliki tim sukses sendiri di dapil masing-masing. Tim sukses inilah yang menjalankan segala strategi yang sudah kami rencanakan sebelumnya”.⁶

Adanya pembentukan jaringan komunikasi dengan para pemuka agama dan tim sukses di dapil masing-masing telah membuat PKB mampu memperoleh suara lebih banyak dari tahun sebelumnya. Hal ini dikarenakan tim sukses ditingkat desa telah mendapatkan perkembangan pemilih tingkat desa. Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh Ketua DPRD fraksi PKB:

“Tim sukses di semua daerah pemilihan memiliki strategi masing-masing dan mereka benar-benar bekerja keras untuk mendapat hasil yang sudah kami rencanakan sebelumnya. Dan kami juga saling berbagi informasi terkait isu politik dari pihak lawan agar kami dapat mengantisipasi terhadap lawan politik dari partai lainnya”.⁷

Ungkapan di atas menjelaskan bahwa strategi yang dijalankan oleh tim pemenangan PKB dalam pemilihan legislatif 2019 ialah mengatur komunikasi tim, calon legislatif dan para pemuka agama agar tidak tertinggal jauh tentang informasi atau isu-isu di lapangan. Strategi ini

⁶K.H. Abd. Hamid Ali Munir, S.H., Wawancara Langsung (10 November 2020).

⁷K.H. Abd. Hamid Ali Munir, S.H., Wawancara Langsung (10 November 2020).

diatur juga untuk mengetahui sejauh apa lawan berupaya mendapatkan suara atau kursi sehingga tim sukses dapat memprediksi perolehan hasil suara di wilayah masing-masing.

Hal yang juga menentukan keberhasilan kemenangan partai PKB dalam memperoleh suara di pileg Kab Sumenep tahun 2019 ialah merumuskan strategi partai secara tepat sehingga mampu menarik minat masyarakat sebagai pemilih untuk menetapkan pilihannya pada PKB. Di Kabupaten Sumenep yang merancang strategi ini adalah LPP PKB yang di ketuai oleh KH Kamalil Ersyad. Tentu seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa strategi utama dari PKB adalah mempererat silaturahmi dengan ulama Nahdliyin yaitu para pemuka agama, tokoh masyarakat. Seperti halnya yang dikemukakan oleh Ketua DPRD Sumenep.

“Sebelum memasuki hari pemilihan, kami jauh-jauh hari telah menjalin silaturahmi dengan tokoh masyarakat dan pemuka agama yang dianggap memiliki pengaruh di masyarakat. Hal ini kami lakukan dengan mendatangi para tokoh masyarakat untuk bersilaturahmi”.⁸

Berdasarkan keterangan di atas menjelaskan bahwa menjalin silaturahmi dengan para pemuka agama dan tokoh masyarakat menjadi hal terpenting dalam pemilihan calon legislatif di dapil masing-masing calon.

Di Kabupaten Sumenep masyarakatnya memang masih menganut sistem politik kultural yaitu mengikuti saran dari para pemuka agama atau

⁸K.H. Abd. Hamid Ali Munir, S.H., Wawancara Langsung (10 November 2020).

tokoh masyarakat yang mereka hormati. Maka tidak salah jika LPP PKB merumuskan cara ini dalam salah satu strategi pemenangan mereka. Strategi ini tidak hanya digunakan pada pemilu tahun 2019, tetapi juga sudah dicanangkan sejak PKB mengikuti pesta demokrasi di Indonesia. Hal ini membuktikan bahwa strategi ini sangat berdampak pada perolehan kursi PKB di tatanan DPRD Kab Sumenep. Sama halnya dengan yang dikatakan oleh anggota DPRD Kab Sumenep fraksi PKB.

“Kemenangan yang kami dapatkan juga karena pengaruh dari orang-orang yang berada di tatanan pengurus PKB juga yang berada di pemerintahan Sumenep saat ini”.⁹

Ungkapan di atas menunjukkan bahwa strategi yang dijalankan oleh tim pemenangan partai PKB dalam pemilihan legislatif 2019 ialah melibatkan berbagai elemen tokoh masyarakat baik dari kalangan pemerintahan maupun kalangan pemuka agama. Hal ini dilakukan oleh tim pemenangan PKB untuk menjalin kerja sama dari berbagai pihak yang mendukungnya. Pendekatan secara personal dilakukan oleh tim sukses caleg dengan para tokoh masyarakat serta para pemuka agama tentu karena adanya kegigihan dan upaya keras dari tim pemenangan PKB itu sendiri.

Maka jelas menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh PKB untuk mencapai kemenangan pada Pileg Kabupaten Sumenep 2019 ialah

⁹H. Dulsiam, S. Ag, M.Pd., Wawancara Langsung (18 Februari 2021).

mempererat tali silaturahmi dengan para pemuka agama dan tokoh masyarakat.

Upaya meraih kemenangan dalam pemilihan legislatif 2019 di Kabupaten Sumenep tidak hanya membuat strategi secara internal partai, melainkan juga dilakukan oleh para calon legislatif. Menurut keterangan ketua DPRD Kabupaten Sumenep fraksi PKB bahwa:

“Strategi yang digunakan para caleg dari PKB adalah membangun komunikasi dengan masyarakat melalui tokoh masyarakat maupun pemuka agama sehingga memudahkan para caleg saat turun ke masyarakat. Biasanya dari dulu memang para tokoh masyarakat yang merupakan kader PKB sering membantu masyarakat, seperti membantu renovasi masjid, perbaikan jalan maupun pembagian sembako”.¹⁰

Ungkapan di atas menjelaskan bahwa para caleg yang diusung oleh partai PKB dalam Pileg Kab Sumenep 2019 juga terus bersilaturahmi dengan para ulama Nahdliyin melalui para pemuka agama dan tokoh masyarakat.

b. *Door to Door*

Selain strategi mempererat silaturahmi dengan para ulama Nahdliyin, partai PKB juga memiliki strategi kedua untuk memperoleh kepercayaan masyarakat dan menciptakan citra positif dihadapan publik. Strategi ini adalah *door to door* atau dalam bahasa Indonesia pintu ke pintu. Strategi ini dipilih karena dianggap sangat berpengaruh pada perolehan suara atau untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat.

¹⁰K.H. Abd. Hamid Ali Munir, S.H., Wawancara Langsung (10 November 2020).

Strategi ini tidak hanya digunakan pada pemilihan legislatif pada tahun 2019, namun sudah digunakan selama PKB mengikuti pesta demokrasi di Indonesia. Tentu ini menjadi bukti bahwa strategi *door to door* menjadi strategi yang dapat diandalkan oleh partai PKB. Dengan strategi ini juga membuktikan bahwa PKB dapat memperoleh suara dan kursi terbanyak di DPRD Kab Sumenep. Seperti halnya yang dikatakan oleh Ketua DPRD Kab Sumenep:

“*Door to door* selalu menjadi strategi yang sangat berpengaruh bagi perjalanan PKB mengikuti pesta demokrasi. Dan itu terbukti karna PKB mendapat suara terbanyak dan menjadi partai besar di Kab Sumenep”.¹¹

Walau *door to door* bisa dikatakan sebagai strategi yang tertinggal jika tidak dibarengi dengan sesuatu yang baru, namun PKB dapat membuktikan bahwa yang tertinggal oleh zaman tidak selalu akan berada di bawah.

Strategi *door to door* berjalan efektif di daerah pedesaan karena masyarakatnya yang masih tidak terlalu mengenal teknologi. berbeda halnya dengan di kota. Jika strategi *door to door* dilakukan di daerah perkotaan tidak akan menjamin PKB akan mendapatkan *feedback* seperti halnya di pedesaan. Ini dikarenakan masyarakat di kota sudah banyak yang menggunakan teknologi dan dapat berfikir secara kritis. Seperti yang disampaikan oleh Sekretaris Tanfidziyah PKB:

¹¹K.H. Abd. Hamid Ali Munir, S.H., Wawancara Langsung (10 November 2020).

“Tentu cara menangani orang di kota dan di desa itu berbeda karena orang-orang kota sudah menggunakan teknologi dan lebih berfikir secara logika ketimbang orang di pedesaan yang masih menganut politik kultural”.¹²

Tentu PKB harus memiliki strategi yang dapat diterima oleh semua kalangan baik masyarakat yang berada di pedesaan maupun di perkotaan. Karena semakin ke depan tentu masyarakat akan semakin pintar dan teknologi semakin canggih. *Door to door* atau pintu ke pintu dilakukan dengan mendatangi rumah warga yang satu ke rumah warga yang lainnya. Dengan berkomunikasi baik secara individu sehingga bisa mendapatkan simpati masyarakat dan memilih calon legislatif tersebut saat pemilihan legislatif.

Selain membangun komunikasi dengan masyarakat tentu para caleg juga membutuhkan strategi lainnya, yaitu melalui *door to door* dengan membagikan atribut calon legislatif sebagai perantara perkenalan antara calon legislatif dengan masyarakat. Biasanya atribut calon legislatif ini berupa stiker dan brosur. Atribut ini merupakan anggaran dari calon legislatif secara mandiri dan dari partai PKB para calon legislatif difasilitasi bendera. Seperti yang dikemukakan oleh sekretaris tanfidziyah PKB Sumenep.

“Jadi selain menjalin komunikasi dengan masyarakat kami juga membagikan stiker atau brosur kepada masyarakat. Stiker ini biasanya berjumlah kurang lebih 1000 lembar dan ini dari kami

¹²H. Dulsiam, S. Ag, M.Pd., Wawancara Langsung (18 Februari 2021).

sendiri. Dan dari partai kami difasilitasi bendera yang dipasang di desa masing-masing”.¹³

Dari apa yang diungkapkan di atas menjelaskan bahwa membagikan stiker adalah salah satu cara para calon legislatif memperkenalkan diri kepada masyarakat yang belum mengetahui atau belum mengenal mereka.

B. Temuan Penelitian

Dalam pemaparan ini peneliti menjelaskan temuan penelitian yang merupakan inti sari dari paparan data yang telah didapatkan. Peneliti memberikan atau kesimpulan sebagai bentuk interpretasi dari paparan data yang disajikan sebelumnya. Untuk itu berdasarkan paparan di atas, diperoleh temuan penelitian sebagai berikut.

Bahwa PKB sebagai salah satu partai politik yang mengikuti pemilihan legislatif pada tahun 2019 tidak banyak memiliki strategi untuk memperoleh kepercayaan masyarakat dan menciptakan citra positif dihadapan publik. Peneliti menemukan banyak sekali kekurangan pada partai PKB yang seharusnya tidak terjadi pada salah satu partai terbesar di Indonesia dan sebagai partai besar di Kabupaten Sumenep.

Partai politik besar seperti PKB sudah seharusnya memiliki seorang yang melakukan hal-hal yang dapat memberikan dampak positif terhadap partai, seperti halnya *PR (Public Relations)* atau dikenal masyarakat dengan

¹³H. Dulsiam, S. Ag, M.Pd., Wawancara Langsung (18 Februari 2021).

sebutan Humas. Namun dalam perjalanan penelitian ini, peneliti tidak mendapatkan adanya seorang *PR* pada partai PKB. Peranan seorang *PR* yang seharusnya ada dalam sebuah organisasi atau perusahaan, seperti Manajemen informasi, manajemen media, komunikasi internal dan manajemen citra sangat sulit didapat dalam partai ini.

Dari beberapa peranan yang seharusnya dilakukan oleh seorang *PR* hanya dua yang telah dilakukan oleh LPP sebagai badan yang menjalankan tugas *PR*, yaitu manajemen citra dengan mempererat silaturahmi dengan para ulama Nahdliyin dan *door to door* atau pintu ke pintu dan komunikasi internal. Menjaga komunikasi antar anggota partai sehingga apa yang menjadi tujuan bersama dapat tercapai.

Tentu dengan tidak adanya badan khusus yang mengelola peran dan fungsi *Public Relations* menjadi *PR* bagi PKB kedepannya mengingat keberadaan seorang *PR* tentu sangat penting bagi sebuah organisasi apalagi organisasi partai politik. PKB tidak bisa bertahan hanya dengan mengandalkan LPP dengan dua strategi yang masih minim dan tertinggal jauh dengan partai lain yang sudah memiliki *PR*.

Manajemen citra dengan mempererat silaturahmi dan *door to door* memang sepertinya menjadi strategi andalan partai yang didominasi warna hijau ini. Namun zaman sudah semakin canggih dan masyarakat pun akan semakin pintar dalam berfikir yang akan berakibat buruk bagi PKB jika terus menggunakan strategi lamanya.

PKB perlu membuat gebrakan baru di era revolusi 4.0 ini dengan memperbarui strateginya dan mencoba memasukkan badan khusus yang menangani pembentukan citra positif partai seperti *PR* atau humas. Karena tidak dapat dipungkiri adanya partai-partai politik baru yang juga gencar mendekati masyarakat dengan strategi-strategi *PR* yang kekinian dan mudah dijangkau menjadi ancaman bagi partai PKB.

Namun dengan adanya strategi baru juga tidak dengan menghilangkan strategi yang menjadi andalan partai PKB. Hanya saja strategi yang sudah dilakukan beberapa tahun lamanya perlu ada peningkatan dan pembaharuan. Karena tentu pemilih di Kab Sumenep tidak hanya terdiri dari lansia atau orang tua yang sudah berusia 40 tahun ke atas. Pemilih pemula juga harus menjadi perhatian partai PKB karena ada kemungkinan ditahun-tahun yang akan datang para pemuda akan mendominasi pada pemilihan umum.

Sepanjang perjalanan penelitian ini, peneliti belum menemukan bahwa PKB juga memberikan perhatian khusus terhadap pemilih pemula atau para pemuda di Kab Sumenep. Tentu ini menjadi pr bagi partai PKB agar lebih dikenal jauh oleh para pemuda di Kab Sumenep. Agar para pemuda juga dapat ikut andil dan berpartisipasi dalam pesta demokrasi tentu ini membutuhkan peranan seorang *PR* yang selama ini dijalankan oleh LPP.

C. Pembahasan

1) Peran dan Fungsi LPP sebagai *Public Relations* Partai PKB

Pada bagian ini, peneliti akan membahas pengamatan dan studi kepustakaan yang berkaitan dengan penelitian ini. Dalam suatu organisasi atau lembaga pasti membutuhkan seorang *PR* atau humas, terlebih untuk *PR* partai politik. *PR* tentu memiliki peran dan fungsi dalam organisasi untuk menjalankan dan mendukung program kerja yang telah disepakati bersama. *PR* memiliki peranan yang penting bagi suatu organisasi atau perusahaan. Praktisi *PR* juga memiliki peran ganda, yakni sebagai perwakilan organisasi kepada publiknya dan perwakilan publik kepada organisasi. *PR* harus mengetahui alasan dari setiap keputusan dan tindakan yang diambil. Dengan begitu ia dapat merencanakan dan merancang komunikasi yang efektif untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas. Seperti yang dikatakan Ropongi El Ishaq dalam bukunya *Kuliah Public Relations* bahwa fungsi *PR* mengetahui secara pasti dan mengevaluasi pendapat umum yang berkaitan dengan organisasinya.¹⁴

PR juga sebagai media penghubung antara organisasi dengan publik. *PR* sebagai *communicator* dalam kegiatan komunikasi pada organisasi, prosesnya berlangsung dalam dua arah timbal balik. Dalam hal ini, disatu pihak melakukan fungsi komunikasi merupakan bentuk penyebaran informasi, dilain pihak komunikasi berlangsung dalam bentuk penyampaian personal dan menciptakan opini publik. Opini publik akan diarahkan untuk mengarah pada hal positif mengenai citra seseorang atau suatu partai, sama

¹⁴Ropongi El Ishaq, *Kuliah Public Relations*, (Jawa Timur: STAIN Kediri Press, 2015), 37.

halnya dengan peran dan fungsi *PR* bagi partai PKB yaitu memberikan informasi kepada masyarakat. Informasi yang diberikan tidak hanya untuk eksternal partai namun juga internal partai PKB.

Salah satu fungsi *PR* PKB yang harus dilakukan adalah menganalisis kebijakan apa yang sesuai untuk menangani sejumlah persoalan sehingga seorang *PR* dapat meyakinkan masyarakat dengan hasil analisa persoalan tersebut. Untuk itu sadar atau tidak peranan *PR* dalam dunia politik sangat diperlukan. *PR* yang selalu menekankan pada adanya partisipasi publik, dirasa perlu untuk mendampingi dunia politik. *PR* politik tentu tidaklah hanya untuk membentuk opini publik yang menguntungkan, namun juga memupuk opini publik, dan menyesuaikan dengan kebutuhan serta aspirasi publik. Dengan demikian jelas bahwa *PR* seharusnya hadir untuk mengawal pemerintahan negeri ini khususnya di Kabupaten Sumenep.

Dalam buku Kuliah *Public Relations* oleh Ropingi el Ishaq menyebutkan bahwa salah satu peran dan fungsi *PR* adalah menimbulkan efek persuasif atau pembujukan langsung sehingga masyarakat mengubah sikapnya dari belum percaya menjadi percaya terhadap organisasi.¹⁵ Sejalan dengan peran dan fungsi *PR* dalam partai PKB yaitu membangkitkan ketertarikan masyarakat. informasi politik yang dikomunikasikan oleh seorang *public relations* kepada masyarakat diharapkan dapat meyakinkan

¹⁵Ropingi El Ishaq, *Kuliah Public Relations*, (Jawa Timur: STAIN Kediri Press, 2015), 37.

masyarakat sehingga masyarakat tertarik untuk mengikuti pesta demokrasi dengan mempercayakan pilihannya terhadap sebuah partai politik. Dari informasi tersebut jugalah diharapkan masyarakat dapat berfikir secara logis untuk membentuk masyarakat yang mandiri secara pemikiran.

Namun peran dan fungsi *PR* dalam partai PKB tidak dilakukan sesuai dengan tupoksinya bahkan partai PKB belum memiliki divisi khusus *PR*. Dalam partai PKB peran dan fungsi *PR* dilakukan oleh LPP (lembaga pemenangan pemilu). Dengan tidak adanya *PR* dalam partai PKB membuat partai yang sudah besar ini tertinggal zaman dibandingkan dengan partai lain yang sudah memiliki divisi khusus *PR*.

Sehingga banyak sekali peran dan fungsi *PR* PKB yang tidak sesuai dengan teori, seperti teori dari Ropingi El Ishaq yang mengatakan bahwa peran dan fungsi *PR* adalah mengetahui secara pasti dan mengevaluasi pendapat umum yang berkaitan dengan organisasinya, menasehati para eksekutif mengenai cara-cara menangani pendapat umum yang timbul dan menggunakan komunikasi untuk mempengaruhi pendapat umum.¹⁶ Tidak adanya *PR* dalam partai PKB membuat partai tersebut tidak menjalankan peran dan fungsi *PR* sebagaimana yang tertera di atas.

Banyak sekali temuan di lapangan yang tidak sesuai dengan teori yang ada dalam karya ilmiah ini. Selain teori di atas, masih ada beberapa hal yang

¹⁶Ropingi El Ishaq, *Kuliah Public Relations*, (Jawa Timur: STAIN Kediri Press, 2015), 37.

tidak sesuai dengan teori, seperti peran *PR* dalam sebuah partai politik. Disebutkan dalam teori Sam Black and Melvin L, Sharpe Adapun peran yang dimiliki oleh seorang *Public Relations* secara keseluruhan adalah membina hubungan baik kedalam (*public internal*) dan keluar (*public eksternal*). Namun secara perincimenyebutkan peran *PR* adalah sebagai berikut:¹⁷

- a) Segala sesuatu yang diperhitungkan untuk meningkatkan saling pengertian antara sebuah organisasi, baik di dalam atau di luar organisasi.
- b) Saran untuk penampilan organisasi demi citranya di masyarakat
- c) Aktivitas untuk menemukan dan menghilangkan sumber-sumber salah pengertian.
- d) Aksi-aksi untuk memperluas bidang pengaruh suatu organisasi dengan publisitas, iklan, pameran atau antar organisasi.
- e) Sebagai sesuatu yang diuruskan (diarahkan) terhadap perbaikan komunikasi antar manusia atau antar organisasi.

Tentu semua teori di atas tidak sesuai dengan apa yang ada dalam internal partai PKB. Bagaimana partai PKB memelihara hubungan dengan khalayak agar masyarakat percaya terhadap sebuah partai dilakukan oleh seluruh pengurus partai PKB. Menjalin hubungan dengan internal partai dan eksternal partai adalah tugas seorang *PR*.

¹⁷Ropingi El Ishaq, *Kuliah Public Relations*, (Jawa Timur: STAIN Kediri Press, 2015),89.

2) Strategi Komunikasi LPP sebagai *public relations* PKB pada pelaksanaan Pemilu 2019

Sebuah perusahaan atau organisasi yang memiliki *PR* pasti membutuhkan suatu strategi untuk mengimplementasikannya. Dengan adanya suatu strategi dapat meningkatkan komunikasi dua arah antara lembaga dengan sasaran yang dituju, sehingga dapat berpartisipasi dalam mewujudkan tujuan lembaga atau organisasinya. Sesuai dengan kinerja *PR* dimana dalam melakukan perencanaan kerja, kegiatan atau program, harus diawali dan diakhiri dengan riset.

Pada umumnya dalam merencanakan suatu kegiatan atau program dalam sebuah organisasi memerlukan *PR* sebagai jembatan penghubung antara pihak internal maupun eksternal. Berdasarkan situasi yang ada, partai yang didirikan pada tanggal 23 juli 1998 ini telah mengikuti pesta demokrasi sebanyak lima kali. Untuk publikasi dan promosi partai PKB diperlukan adanya peran dan fungsi *PR* dalam partai. Dalam melakukan publikasi atau promosi partai, *PR* lah yang memiliki tanggung jawab cukup besar dalam menjalankan peran dan fungsi *PR*. Meski sampai saat ini partai PKB belum memiliki divisi khusus *PR*.

Untuk strategi *PR* yang dijalankan oleh LPP dalam partai PKB Sumenep dalam membangun citra positif partai, penulis mengkaitkan dengan *public relations* politik hal ini sejalan dengan teori yang membagi peran *PR* politik ke dalam empat bagian yaitu, manajemen informasi, manajemen

media, manajemen citra, dan komunikasi internal.¹⁸ Peran ini sejalan dengan teori Sam Black and Melvin L, Sharpe yang menyebutkan bahwa saran untuk penampilan organisasi demi citranya di masyarakat.¹⁹

Strategi yang dilakukan oleh partai PKB hanyalah manajemen citra dengan mempererat silaturahmi dengan para ulama nahdliyin dan melakukan *door to door* atau pintu ke pintu. Manajemen citra sudah seperti sebuah keharusan bagi partai PKB sebagai partai politik yang masih mempertahankan politik kultural. Walau PKB termasuk salah satu partai yang sudah lama berkecimpung dalam dunia perpolitikan, seharusnya PKB tetap memperkenalkan diri kepada masyarakat dengan hal-hal yang baru. Menurut McNair, aktivitas seperti ini dapat dilakukan melalui pembuatan logo, slogan, pengarahan gaya foto, perancangan iklan, serta pemilihan bahasa dalam mengkomunikasikan ide maupun kebijakan.²⁰

Mayoritas peran manajemen citra dilakukan pada penempatan pesan di media seperti wawancara politik serta kampanye diruang publik. Walaupun partai PKB belum memaksimalkan apa yang seharusnya dilakukan sebagai partai politik. Manajemen informasi dan manajemen media yang belum maksimal dijalankan oleh partai PKB adalah hal yang sangat penting dalam sebuah perjalanan partai politik dalam mengikuti pesta demokrasi.

¹⁸Karina Andra Dea, "*Strategi Humas Partai Perindo Dalam Membangun Citra Partai*", (Skripsi Universitas Prof. Dr. Moestopo, Jakarta, 2018), 89.

¹⁹Ropingi El Ishaq, *Kuliah Public Relations*, (Jawa Timur: STAIN Kediri Press, 2015), 88-89.

²⁰Karina Andra Dea, "*Strategi Humas Partai Perindo Dalam Membangun Citra Partai*", (Skripsi Universitas Prof. Dr. Moestopo, Jakarta, 2018), 89.

Seharusnya manajemen informasi dan manajemen media menjadi tombak untuk menciptakan citra positif.

Peran *public relations* dalam menjaga komunikasi yang baik antar anggota internal. Partai PKB merupakan partai besar di Indonesia, dimana anggota partai terdiri dari berbagai macam latar belakang dan pengalaman politik berbeda sehingga komunikasi internal bermanfaat untuk merajut kebersamaan dan kesatuan antar anggota. Sebagai bagian dari organisasi, *public relations* wajib mendukung keberadaan divisi lain dalam partai. Untuk mempererat kebersamaan dan kesatuan antar anggota, diperlukan interaksi dan kerjasama agar setiap anggota dapat saling mengenal dan mengakrabkan diri satu sama lain.

Meski sejauh ini partai PKB belum memiliki divisi khusus PR, yang menjadi menarik dari partai PKB adalah bisa mendapatkan suara atau kursi tertinggi di Kabupaten Sumenep. Sepanjang mengikuti pesta demokrasi di Indonesia khususnya di Kabupaten Sumenep PKB selalu menjadi salah satu partai yang menjadi pilihan masyarakat. Dua strategi yang digunakan oleh partai PKB tidak pernah berubah sejak dulu, ini membuktikan bahwa partai PKB adalah salah satu partai besar yang diperhitungkan di Kabupaten Sumenep.

Tentu jika dianalisa lebih jauh peran dan fungsi yang tidak dijalankan oleh partai PKB dan dua strategi yang terus dipertahankan oleh partai PKB adalah komposisi yang kurang sempurna. Jika divisi khusus *PR* ada dalam partai PKB dan dengan menjalankan peran dan fungsi sesuai dengan teori di

atas tentu akan menghasilkan sesuatu yang lebih besar dan menjadikan partai PKB partai yang mengikuti zaman dan tidak akan tertinggal dengan partai lain. Karena semakin ke depan tentu zaman akan semakin maju dengan inovasi-inovasi yang lebih cemerlang, ini juga menjadi tantangan bagi *PR* partai politik yang harus mengikuti perkembangan zaman.

Dimasa yang akan datang teknologi juga akan semakin maju, yang mengharuskan sebuah partai politik juga memiliki inovasi dengan mengikuti perkembangan tersebut dengan tidak hanya mengandalkan politik kultural tetapi juga harus bisa berkomunikasi dengan masyarakat melalui media sosial. *PR* partai politik harus memiliki mempersiapkan inovasi baru bagi partai politiknya untuk menghadapi era 4.0. Begitu pun dengan partai PKB yang belum memiliki divisi khusus PKB, harus mulai berfikir bahwa sebuah organisasi atau perusahaan haruslah memiliki seorang *PR* untuk menjadi perantara antara organisasinya dengan masyarakat.

