

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/301770565>

# Upaya Partai Politik Membangun Pencitraan di Kawasan Bencana

Conference Paper · March 2014

---

CITATIONS

0

READS

269

1 author:



[Eko Harry Susanto](#)

Tarumanagara University

87 PUBLICATIONS 17 CITATIONS

SEE PROFILE

EDITOR  
Dr. Heri Budianto, M.Si.  
Dr. Arisetyanto Nugroho, MM.



# KOMUNIKASI POLITIK DAN BUDAYA LOKAL

KONFERENSI  
NASIONAL  
KOMUNIKASI  
2014

  
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

Pengantar Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, M.M. ....	v
Pengantar Panitia Pelaksana .....	vii
Pengantar Editor Dr. Heri Budianto, M.Si. ....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
<b><i>Recruitment Politik Berwajah Patron-Client: Pendekatan Scott dan Roniger terhadap Rekrutmen Politik Politisi di Parlemen</i></b>	
Lely Arrianie .....	1
<b>Jokowidodo Tokoh Sederhana Kharismatik, Fenomenal dalam Kancah Perpolitikan di Indonesia</b>	
Menul Teguh Riyanti.....	22
<b>Komunikasi Politik: Adaptasi Capres 2014 Mendongkrak Elektabilitas Politik</b>	
Dr. Afrina Sari, M.Si.....	39
<b>Komunikasi Saling Menyapa Berbasis Kearifan Lokal Untuk Demokrasi Politik Indonesia yang Lebih Baik</b>	
Sumarjo .....	59
<b>Siapkah KPU untuk Pemilu 2014? Analisis Isi Profil Caleg Perempuan DPRD di Website Komisi Pemilihan Umum Jawa Barat</b>	
Ira Dwi Mayangsari .....	77
<b>Konflik Etnisitas Dalam Dinamika Komunikasi Politik</b>	
Muhammad Khairil .....	91
<b>Ikatan Primordial dan Perilaku Birokrasi serta Pengaruhnya Terhadap Budaya Demokrasi Di Indonesia: Kajian Teoritis Kepustakaan</b>	
Drs. Suharsono, M.Si. ....	107
<b>Analisis Wacana Kritis Ideologi Politik: Studi Kasus Terhadap Kuis Kebangsaan WIN-HT di RCTI</b>	
Sumarni Bayu Anita, S.Sos., M.A.....	120
<b>Realitas Culture Jamming Dalam Komunikasi Politik</b>	
Stefanny dan Pinckey Triputra .....	141

<b>Model Komunikasi Politik dalam Tatanan Hubungan Pemerintah Pusat dan Daerah</b> Dr. Irwansyah, MA .....	160
<b>Headline Politik dan Politik Headline dalam Harian Fajar dan Tribun Timur: Studi Relasi Politik Lokal dan Media di Makassar</b> Riza Darma Putra .....	178
<b>Satrio Piningit: Budaya Politik diantara Primordialisme dan Demokrasi</b> Elly Yulawati .....	195
<b>Komunikasi Politik dan Pemberdayaan Perempuan: Studi Kasus Komunikasi Politik Caleg Perempuan Partai Amanat Nasional</b> Hayu Lusianawati .....	213
<b>Nasionalisme Menjadi Jembatan Bagi Terwujudnya Indonesia Yang Lebih Baik</b> Mouddy J.D.E Johassan, S.E., M.I.P. ....	230
<b>Posisi Kelompok Marginal Katobengke Dalam Dinamika Media Lokal di Pemilu Legislatif Kota Bau-Bau</b> Hediati dan M. Najib Husain .....	246
<b>Komunikasi Politik sebagai Pendidikan Politik Warga dan Penguatan Demokrasi: Studi Kasus Kepemimpinan Jokowi dan Ahok</b> Reuben Reynold Sihite.....	263
<b>Upaya Partai Politik Membangun Pencitraan di Kawasan Bencana</b> Dr Eko Harry Susanto.....	280
<b>Politisasi Rakyat dalam Budaya Politik Kontemporer</b> Dewi S. Tanti, M.Si. ....	299
<b>Komunikasi Politik Multikulturalisme</b> Deavy M.R.Y. Johassan, S.Sos., M.Si.....	314
<b>TENTANG PENULIS .....</b>	331

Please cite this as :

Susanto, Eko Harry. 2014. “Upaya Partai Politik Membangun Pencitraan di Kawasan Bencana” dalam : Heri Budianto (ed) Komunikasi dan Budaya Lokal. Jakarta : Penerbit UMB. Aspikom, dan Puskombis. ISBN 978-602-18666-8-9. Halaman 280-298

## **Upaya Partai Politik Membangun Pencitraan di Kawasan Bencana**

Oleh :

Eko Harry Susanto

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara Jakarta

ekohs@centrin.net.id, ekoharry@yahoo.com

Hp. 0818126750

### Abstrak

Ketika terjadi bencana di berbagai penjuru tanah air menjelang kompetisi politik lokal maupun nasional, dapat dipastikan pada setiap jengkal kawasan yang dilanda bencana, akan dimanfaatkan oleh partai politik (parpol) untuk membangun pencitraan melalui penyaluran bantuan kepada korban, dalam kemasan kampanye dan iklan politik untuk mempengaruhi massa. Bencana alam seolah – olah diposisikan sebagai kesempatan emas yang terbuka lebar untuk meraih simpati korban yang berujung kepada harapan, bahwa mereka akan menetapkan pilihan kandidat dari partai politik yang telah memberikan bantuan. Sejumlah aktivis parpol dan sayap – sayap kekuatan politiknya, berupaya menyuarakan komunikasi yang berempati, memberikan dukungan dan keperihatinan terhadap korban. Komunikasi politik dan pencitraan semu yang dibangun dalam rangka memburu kekuasaan negara, sudah tentu diiringi dengan pengibaran bendera partai politik, atribut dan simbol – simbol partai di wilayah bencana. Ada kecenderungan partai politik tidak menghiraukan standar penanganan korban terkait aspek komunikasi bencana, yang bukan hanya memberikan bantuan, tetapi juga informasi yang mampu memberikan kekuatan dan semangat kepada korban. Karena itu hiruk – pikuk kawasan yang terkena bencana, semata – mata ibarat kapling komersial yang berebut konsumen. Hakikatnya, posko partai yang berdesakan penuh jargon keberpihakan kepada korban, belum tentu bisa dibuktikan konsistensinya setelah kompetisi politik lokal dan nasional berakhir. Padahal seharusnya partai politik mewujudkan kesejahteraan rakyat secara berkesinambungan dan tidak terikat oleh terminologi adanya perhelatan politik.

Kata Kunci : Partai Politik, Pencitraan dan Komunikasi Bencana

## Pendahuluan

Gunung meletus, gempa bumi, banjir, tanah longsor dan berbagai bencana alam lain silih berganti di Indonesia. Kerugian harta sudah terlampau banyak, demikian juga korban jiwa. Sejumlah wilayah di tanah Air ditimpa banjir. Selain Jakarta, 90.000 jiwa menjadi korban banjir bandang di Manado. Sementara itu, 28.221 jiwa korban letusan Gunung Sinabung juga masih mengungsi. Sejumlah daerah di Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur terkena banjir. Presiden dinilai kurang responsive menghadapi bencana. (Gatra, 23 Januari 2014 : 29). Banjir bukan monopoli Ibukota, hujan deras sepanjang bulan ini menimbulkan petaka pahit di sejumlah wilayah Indonesia. Tak hanya di Ibu Kota Jakarta pada bulan Januari 2014, tetapi juga diseantero pelosok tanah air. Misalnya Sentani Jayapura, Tenggara Kutai Kertanegara, Jabodetabek, Kecamatan Balusu Kabupaten Barru Sulawesi Selatan, Jambi, kabupaten Tulang Bawang-Lampung, Musi Rawas Utara Sumatera Selatan, Kota Minahasa, Kota Tomohon Sulawesi Utara (Majalah Tempo, 26 Januari 2014)

Melihat berbagai bencana itu, sejumlah kalangan, menilai penanganan pemerintah cenderung kurang sigap dalam merespon dan mengambil tindakan pasca bencana. Ada ketidakmerataan pemberian bantuan, kelambatan dan tidak tepat sasaran dalam menangani korban. Kompleksitas masalah bantuan bencana kepada korban, mungkin terjadi karena kesulitan mencapai lokasi pasca bencana terjadi, sehingga wilayah yang semula dapat dijangkau pun bisa saja menjadi kawasan yang sulit untuk mendistribusikan bantuan.

Namun bukan mustahil masalah kelambatan penanganan korban dan rehabilitasi wilayah bencana, dipicu oleh manajemen bencana yang terhambat proses birokratisasi, komunikasi dan tindakan berjenjang yang membutuhkan waktu panjang. Sebagaimana dalam Kompas (4/2/2014), yang memberitakan bahwa, “pemerintah daerah dinilai gagap menghadapi bencana alam. Salah satu bukti, dana untuk penanganan bencana terlambat dicairkan”.

Akibatnya, warga korban bencana merasa tidak mendapatkan perhatian yang semestinya. Dengan segala keterbatasan upaya pemerintah dalam menangani masalah bencana, korban bencana alam merasa seperti seperti ditinggalkan oleh pemilik otoritas yang bertanggungjawab terhadap keamanan dan kesejahteraan rakyat.

Mencermati kondisi kekurangsigapan pemerintah maupun para pejabat pemilik otoritas penanggulangan bencana, partai politik yang memang sedang menghadapi kontestasi politik nasional, mengambil kesempatan untuk meraih simpati para korban bencana yang merasa belum memperoleh bantuan maksimal. Partai politik dengan semangat pencitraan tinggi melihat kawasan bencana sebagai magnet yang mampu menarik konstituen dalam kontestasi politik lokal maupun nasional.

Dengan membawa aneka bantuan yang bisa saja berlimpah, tentu ada maksud yang dikaitkan dengan tujuan partai dalam menghadapi pemilihan umum. Artinya, bantuan yang diberikan kepada korban memiliki maksud tertentu yang menguntungkan partai politik. Jadi bukan karena ketulusan dan keberpihakan elite partai kepada rakyat sebagai pemilik kekuasaan dalam demokrasi bernegara. Memang tidak dapat dikesampingkan, masyarakat di kawasan bencana adalah sumber konstituen yang menggiurkan. Dengan strategi menarik simpati kepada korban bencana, wilayah – wilayah bencana alam berupaya dijadikan basis massa partai politik.

Mengingat hampir semua partai politik, baik partai – partai yang ada dalam tubuh koalisi pemerintahan yang berkuasa maupun partai di luar koalisi, berusaha membangun pencitraan untuk meraih keuntungan di wilayah bencana. Oleh sebab itu, ada persaingan antar partai politik. Bahkan jika dikaitkan dengan kondisi menjelang pemilihan legislatif bulan April 2014, maka persaingan di kawasan bencana bukan antara partai koalisi dengan partai oposisi saja, tetapi semua partai peserta pemilihan umum tahun 2014 saling berlomba mempengaruhi para korban bencana agar menjadi konstituen.

Persoalannya, partai politik yang beramai – ramai memberikan bantuan itu, terlepas dari masalah kepentingan dalam memberikan bantuan, seharusnya partai politik memberikan informasi berharga bagi korban. Melalui prinsip komunikasi bencana yang baik, dengan mengedepankan kepentingan korban, maka komunikasi harus bersifat terintegrasi dengan fakta di lapangan maupun sejalan dengan informasi resmi berdasarkan kajian ilmiah lembaga yg peduli terhadap bencana.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana perilaku partai politik memberikan bantuan kepada korban bencana tidak lepas dari kepentingan politik, apa sesungguhnya tujuan yang harus dilaksanakan secara konsisten dari partai politik, jika konsisten terhadap fungsinya untuk menciptakan kesejahteraan rakyat, dan bagaimana membangun komunikasi yang baik sesuai dengan kebutuhan korban bencana.

## **Tinjauan Pustaka**

Tinjauan Pustaka dalam penelitian ini, menitikberatkan kepada hakikat partai politik yang seharusnya memiliki tujuan ideal dalam menjalankan fungsinya menciptakan kesejahteraan, keadilan dan kemakmuran. Tentang eksistensi partai politik, selain dilihat dari aspek teoritis juga ditinjau dari factor regulasi partai politik di Indonesia. Konsep, teori dan paradigma lain yang juga diberlakukan untuk mendukung analisis penelitian adalah tentang citra maupun citra politik yang saat ini menjaadi pembicaraan masyarakat. Hampir setiap gerak partai politik selalu diasumsikan sebagai pencitraan untuk kepentingan kelompok ataupun partai.

Selain itu, tinjauan pustaka juga dilengkapi dengan aspek fundamental seputar model komunikasi linier satu arah yang dihubungkan dengan karakteristik sosial dan kultural dari pengirim pesan maupun penerima pesan seperti yang dikemukakan oleh David Berlo. Mengingat komunikasi yang cocok untuk korban bencana bukan hanya yang bersifat linier, maka teori komunikasi Schramm yang mengedepankan feedback dari receiver menjadi factor penentu yang layak dipakai untuk menganalisis komunikasi bencana yang efektif. Pada konteks ini, efektivitas komunikasi bersandar kepada pemikiran Goyer yang menyatakan bahwa, komunikasi efektif tercapai jika respon yang diperoleh dari sender sesuai dengan tujuan komunikasi.

## **Metodologi Penelitian**

Dalam penelitian tentang pencitraan partai politik di kawasan bencana ini bersifat kualitatif dengan memfokuskan kepada analisis isi kualitatif terhadap berbagai berita yang menyoroti tentang bencana alam di Indonesia dimanfaatkan oleh partai politik untuk menarik

simpati masyarakat. Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2009 :3), penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.” Hampir setiap saat dapat media massa konvensional, media alternatif maupun media sosial penuh dengan ulasan yang berisi seputar bencana dan perilaku partai politik yang bersemangat menyambut pelaksanaan pemilihan umum tahun 2014.

Berdasarkan search di google, terdapat sekitar 5,540,000 artikel ataupun berita jika kita menggunakan kata kunci bencana + partai politik (<https://www.google.com/#q=bencana+%2B+partai+politik++>, akses 2 Februari 2014). Dengan menggunakan kata kunci bencana banjir+kampanye partai politik, terdapat 414,000 tulisan, artikel, visual, audio visual dll (<https://www.google.com/#q=+bencana+banjir%2B+kampanye+partai+politik+>, akses 2 Februari 2014). Sedangkan penelusuran menggunakan kata bencana dan pencitraan parpol di Indonesia, terdapat 874,000 artikel, berita, visual, audio visual dll (<https://www.google.com/#q=bencana+dan+pencitraan+parpol+di+Indonesia>, akses 2 Februari 2014).

Banyaknya tulisan, artikel dan bentuk data lain di website tentang bencana alam tersebut, bisa saja tidak terkait langsung dengan topic penelitian, tetapi dapat dipakai sebagai acuan bahwa masalah bencana alam dan pencitraan partai menarik untuk diteliti dalam model deskriptif analitis, yang mengamati pernyataan- pernyataan, peristiwa, symbol dan gejala – gejala yang berhubungan langsung maupun tidak langsung dengan perilaku partai politik dalam memberikan bantuan di kawasan bencana.

## **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **1.Pencitraan dalam Bingkai Kepentingan Politik**

Kegagalan reaksi birokrasi pemerintahan dalam menghadapi bencana alam, karena terbelenggu oleh rantai informasi terstruktur yang sulit untuk memutuskan penanganan bencana secara cepat dan tepat. Padahal dalam perkembangannya, kinerja birokrasi pemerintah bukan sebatas mengandalkan struktur tetapi juga proses yang efisien. Pollit dan Bouckaert (dalam Muhammad, 2008:23), kinerja pemerintah diukur dari : pertama, efektivitas yaitu tingkat ketercapaian tujuan, atau memenuhi kebutuhan maupun masalah social ekonomi yang dihadapi, baik dalam arti ketepatan pencapaian output, maupun pencapaian outcome. Kedua, adalah efisiensi, yaitu apakah rasio antara output dan outcome dengan biaya yang dikeluarkan. Ketiga, relevansi, apakah program yang diusulkan untuk diimplementasikan benar – benar sesuai dengan tujuan, atau masalah social ekonomi yang dihadapi. Indikator keempat, adalah keekonomian (economy) yaitu apakah pelbagai input yang dibutuhkan dalam program atau organisasi diperoleh dengan harga wajar dan dengan kualitas yang memadai.

Pengabaian terhadap prinsip kinerja yang efisien dengan hasil tepat sasaran menjadikan penanganan bencana menjadi lambat yang berdampak terhadap respon masyarakat yang menilai pemerintah kurang cepat dalam menjalankan manajemen bencana. Kondisi ini mendorong partai politik untuk memanfaatkan kesempatan dalam upaya membangun politik pencitraan. Menurut Wijaya (dalam Indonesia 2014, 2013:100), secara praktis politik pencitraan terbagi ke dalam tiga pendekatan, advertising, public relations dan personal contact. Ketiganya memiliki derajat kegunaan yang setaraf tergantung kepada situasi (where/when) dan target (who) yang dijadikan sasaran. Pada konteks partai politik yang menarik simpati di daerah bencana, tentu terikat pula oleh ketiga factor tersebut, bagaimana partai politik mengiklankan diri, membuat

jalur – jalur relasional dengan masyarakat melalui bantuan dan mendekati sasaran yang ditargetkan sebagai calon konstituen partai politik beserta kandidat anggotanya legislatif.

Sedangkan menurut Jefkins (dalam Sumirat, 2007:114), citra secara substansial adalah kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya, dalam interaksi dan komunikasi dengan lingkungannya. Sejalan dengan itu, Rakhmat (2008) menegaskan bahwa, citra adalah penggambaran tentang realitas, dan tidak harus sesuai dengan realitas, citra adalah dunia menurut persepsi. Pada konteks ini, citra bisa subyektif tergantung orang yang mempersepsikan. Tetapi, secara universal, memposisikan citra memang lebih banyak tergantung dari entitas di luar organisasi. Dengan pemahaman tentang citra, partai politik yang berupaya tampil membantu korban bencana bertujuan memperoleh respon positif.

Tidak dapat disangkal, bahwa di setiap kawasan bencana dimanfaatkan untuk kampanye menyongsong pemilihan umum. Bantuan dari partai politik bisa saja melimpah. Bahkan tidak jarang posko - posko menolak bantuan untuk barang – barang tertentu, karena sumbangan dari elite politik maupun elite kekuasaan negara yang berupaya menarik simpati terus mengalir.

Hampir semua parpol dan sayap politiknya beramai – ramai memberikan pertolongan di kawasan bencana. Tentu saja sambil mengibarkan bendera, atribut dan simbol – simbol partai di wilayah bencana. Kawasan yang terkena bencana benar – benar mirip kapling komersial, posko partai berdesakan, berebut menarik simpati dan pada ujungnya berharap memperoleh dukungan dalam pemilu, yang bisa mengantarkan di kursi legislatif, maupun memuluskan jalan memburu kekuasaan.

Padahal pemasangan atribut kampanye ada aturannya. Misalnya di kawasan bencana banjir, Perkumpulan Untuk Pemilu dan Demokrasi (Perludem) meminta lembaga pengawas pemilu menindak parpol yang memasang atribut kampanye di lokasi banjir. Sesuai aturan saat ini bukan masa kampanye terbuka. Karena itu pemasangan atribut kampanye dilarang dipasang di lokasi bencana banjir. ([http://www.portalkbr.com/nusantara/jakarta/3099589\\_4260.html](http://www.portalkbr.com/nusantara/jakarta/3099589_4260.html), akses 1 Februari 2014).

Sejalan dengan itu, dalam bencana banjir di Jakarta, Gubernur DKI Jakarta Joko Widodo tidak ingin bencana banjir yang sedang dialami beberapa wilayah di DKI Jakarta menjadi ajang kampanye atau promosi. Ia tidak mengizinkan partai politik atau perusahaan tertentu mendirikan posko siaga banjir di lokasi korban banjir. (<http://www.tempo.co/read/news/2012/11/25/231443906/Jokowi-Larang-Partai-Bikin-Posko-di-Lokasi-Banjir>, akses 29 November 2013)

Namun tidak mudah melarang partai politik untuk memberikan bantuan dalam nuansa pencitraan dan kampanye politik. Dalam penyerahan bantuan dari Partai Hati Nurani Rakyat (Hanura) kepada korban bencana di Kota Manado, Sulawesi Utara (Sulut) dan Jakarta Utara, Wiranto mengatakan penyerahan bantuan ini sebagai bentuk kepedulian sosial kepada masyarakat yang lagi mendapatkan musibah. Dan secara tegas, tidak ingin disebut bantuan ini sebagai bentuk kampanye awal. Ia mengatakan, meskipun para relawan Hanura akan turun ke lokasi bencana untuk membantu korban, pihaknya akan menghindari adanya bentuk identitas partai. (<http://www.jpnn.com/read/2013/02/19/159188/Bantu-Korban-Banjir-Manado,-Wiranto-Ogah-Disebut-Kampanye>, akses 30 Januari 2014).

Tidak jauh berbeda, Partai Demokrat juga membantah memanfaatkan bencana banjir untuk kampanye. Salah satu anggota DPR RI dari Komisi V menyatakan, pihaknya menerjunkan team dan kadernya merupakan bentuk kepeduliannya sesama manusia. (<http://www.manadokota.com/berita/read/45627>, akses 27 Januari 2014)

Gegap gempita aksi partai politik di lokasi bencana, tentu sah – sah saja, karena bermanfaat untuk meringankan beban korban. Namun tidak aneh jika itu terjadi di saat menyambut perhelatan politik nasional. Pengalaman menunjukkan, pasca Pemilu tahun 2009, Gempa bumi berkekuatan 7,3 skala Richter, Rabu 2 September pukul 14.55, di barat daya Kabupaten Tasikmalaya, meluluhlantakkan sejumlah kawasan di Sukabumi Jawa Barat. (<http://news.okezone.com/read/2009/09/03/1/253937/akibat-gempa-dua-warga-bogor-tewas>, akses 11 Januari 2014)

Pada gempa yang menewaskan 73 orang, 34 orang hilang, 900 orang terluka dan ribuan rumah rusak dan roboh, ternyata sepi dari hiruk pikuk partai politik yang memberikan bantuan. Betapa langkanya bendera dan atribut partai yang berupaya menunjukkan eksistensi maupun kepedulian di lingkungan masyarakat yang kesusahan dilanda bencana.

Dalam hitungan hari berikut di kawasan bencana, stok bantuan menipis, alokasi beras bantuan pemerintah tidak merata. Masyarakat korban bencana tak henti mengeluhkan kondisi di pengungsian yang serba kekurangan. Sungguh situasi yang memprihatinkan. Di pihak lain, elite politik di seluruh penjuru tanah air, sedang hiruk pikuk merayakan pesta pelantikan anggota legislatif yang terhormat, dengan biaya sangat besar hasil pemilihan umum tahun 2009.

Partai politik barangkali lupa, bahwa di kawasan bencana itu, mereka menanggung suara. Bisa dimaklumi mereka sedang sibuk bersuka cita merayakan keberhasilan duduk di lembaga terhormat. Atau bisa saja justru masih memendam kekecewaan, lantaran tidak memperoleh dukungan yang memadai, dan gagal menempati kursi empuk kekuasaan. Padahal sudah terlampaui banyak dana dihamburkan untuk kampanye menarik simpati di daerah – daerah yang porak poranda di landa gempa bumi.

Hakikatnya bencana alam pasca perhelatan politik tahun 2009, kepedulian partai politik terhadap korban gempa cenderung menipis. Dalam bahasa politik praktis, saat itu parpol tidak memiliki target mencari kekuasaan, sebab perhelatan dan kontestasi politik sudah usai, kawasan bencana bukan lagi sebagai “tambang emas” untuk mencari simpati, akibatnya keberpihakannya untuk memberikan bantuanpun mengendur. Jelas situasinya amat kontras ketika elite politik berlomba – lomba memberikan bantuan kepada para korban, dan terus mengklaim bahwa partainya selalu peduli terhadap penderitaan rakyat.

Karena itu, bukan mustahil jika elite partai yang hanya muncul di kawasan bencana dengan tujuan menanggung suara pada pemilu, belum tentu berhasil. Terlebih lagi tingkar kepercayaan rakyat terhadap elite politik semakin melemah. Berdasarkan survei Kompas (25 Maret 2013), tentang kualitas wakil rakyat menunjukkan bahwa : 39 % wakil rakyat membela kepentingan sendiri, 26% lebih membela kepentingan partai politik, 1,2 % tidak memberikan jawaban dan hanya 29,1 % yang menyebutkan bahwa wakil rakyat aspiratif terhadap kepentingan rakyat. Esensinya, tingkat kepercayaan terhadap elite politik sebagai calon anggota legislatif, tentu saja termasuk yang rajin membuat pencitraan di kawasan bencana, tetap saja rendah.

## **2. Tujuan Ideal Partai Politik**

Jika berpijak kepada aspek ideal eksistensi partai politik, maka kepedulian kepada rakyat dengan mengedepankan demokrasi berbangsa dan bernegara menuju kesejahteraan dan kemakmuran merupakan hal yang sangat esensial. Berdasarkan Undang – Undang No. 2 Tahun 2008 tentang Partai Politik, jelas disebutkan bahwa tujuan partai politik antara lain adalah

mewujudkan kesejahteraan bagi seluruh rakyat Indonesia. Jadi sudah selayaknya kepedulian kepada rakyat, tidak terikat oleh terminologi kegiatan kompetisi politik di tingkat lokal maupun nasional tetapi sepanjang waktu, sejalan dengan harapan rakyat untuk memperoleh kesejahteraan.

Meminjam istilah Michael Rush dan Phillip Althoff (2001: 176), yang membahas sumber kekuatan partai politik, bahwa ideologi yang berpihak kepada rakyat, merupakan sumber kekuatan partai politik untuk menjaga tingkat kredibilitasnya dalam upaya memperoleh kekuasaan. Intinya, partai politik yang merapat kepada rakyat dengan pola instan maupun temporer, sulit menjadi entitas politik yang kuat dan dipercaya oleh rakyat.

Memang, bisa saja mereka yang memiliki otoritas di tubuh parpol, mengabaikan pendapat itu, dengan merujuk kepada faktor empirik, bahwa rakyat mudah melupakan perilaku parpol ketika diberi iming – iming dana bantuan. Namun dalam pembahasan tentang kebudayaan politik, Dennis Cavanagh (1982), mengingatkan, bahwa menyosialisasikan partai politik di masyarakat, harus berpijak kepada pemeliharaan hubungan antara partai politik dengan sistem yang terdapat di masyarakat”. Jadi bukan dengan cara yang mendadak, tetapi berkelanjutan.

Dalam konteks di Indonesia, pengalaman pemilu 2009, ternyata sejumlah elite politik dan tokoh masyarakat yang menggelontorkan dana dengan pola instan, gagal meraih kesuksesan, karena pemilih akan mengaitkan rekam jejak tokoh maupun partai politik dengan keberpihakannya kepada rakyat. Karena itu, menyongsong pemilu bulan April 2014, bukan mustahil kejadian serupa kan terjadi. Sebab partai politik dan para aktivisnya yang aktif membangun pencitraan di kawasan bencana, sebelumnya tidak memiliki rekam jejak yang menunjukkan kepedulian terhadap warga kawasan bencana.

Jajak pendapat Kompas (23 Desember 2013) juga mengindikasikan bahwa masyarakat semakin tidak percaya terhadap kinerja partai politik. Dalam jajak pendapat yang dikemas sebagai “Rapor Merah Kinerja Partai Politik” disebutkan, tingkat kepuasan terhadap kinerja parpol secara umum adalah, tingkat kepuasan responden terhadap Partai Demokrat, Partai Golkar, PDI-P, PKS, PAN, PKB, PPP, Gerindra dan Hanura, hanya dalam kisaran 17,3 % sampai dengan 39,7 %. Sedangkan tingkat ketidakpuasan dalam kisaran capaian 56,9 % sampai dengan 69,2 %. Jadi hakikatnya rakyat tidak puas terhadap kinerja partai walaupun parpol gencar menyuarakan kepeduliannya terhadap para korban bencana.

Membangun kepercayaan publik untuk menjadikan mereka sebagai basis massa bukan dilakukan secara instan, tetapi dengan menciptakan hubungan baik dengan rakyat sebagai bentuk nyata menanamkan investasi kepercayaan. Dengan demikian bukan saat terjadi bencana alam saja. Harus secara berkesinambungan memiliki perhatian besar kepada rakyat. Jika tidak dilakukan, jangan berharap banyak partai politik dapat mendulang sukses dalam menghadapi pemilihan kepala daerah langsung di berbagai wilayah Jawa Barat, yang akan dimulai tahun 2010.

Namun yang lebih mengkhawatirkan adalah, penggunaan dana oleh partai politik untuk membantu bencana, berasal dari pemerintah yang disalurkan melalui dana bantuan sosial kepada masyarakat. Kurang lebih 30% bantuan sosial dikuasai oleh menteri berbasis partai politik. Program untuk menarik simpati rakyat itu rawan dipolitisasi oleh menteri berbasis partai politik, di sisi lain pengawasan dari anggota Dewan Perwakilan rakyat pada tahun 2013 mencapai titik terlemah (Kompas, 23 Februari 2013)

### 3. Membangun Komunikasi di Kawasan Bencana

Partai politik dalam menjalankan tugas dan fungsinya untuk membantu rakyat yang terkena bencana, bukan sebatas mengeksplorasi pencitraan dengan memberikan bantuan yang berlimpah di kawasan bencana. Partai politik juga harus memberikan informasi bermanfaat yang terkait dengan kompleksitas bencana yang mencakup kesiapsiagaan menghadapi bencana, pemberian bantuan dan rehabilitasi pasca bencana. Karena itu aktivis partai politik yang diterjunkan harus memahami sepenuhnya tentang regulasi maupun implikasi dari bencana alam yang terjadi di berbagai kawasan.

Berdasarkan pasal 10 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2007, Tentang Penanggulangan Bencana, Badan Nasional Penanggulangan Bencana mempunyai tugas: (a). memberikan pedoman dan pengarahan terhadap usaha, (b) penanggulangan bencana yang mencakup pencegahan bencana, penanganan tanggap darurat, rehabilitasi, dan rekonstruksi secara adil dan setara, (c) Menetapkan standardisasi dan kebutuhan penyelenggaraan penanggulangan bencana berdasarkan Peraturan Perundang-undangan, (d) Menyampaikan informasi kegiatan kepada masyarakat, (e) Melaporkan penyelenggaraan penanggulangan bencana kepada Presiden setiap sebulan sekali dalam kondisi normal dan pada setiap saat dalam kondisi darurat bencana, (f) Menggunakan dan mempertanggungjawabkan sumbangan/bantuan nasional dan internasional, (g) Mempertanggungjawabkan penggunaan anggaran yang diterima dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara.

Partai politik yang membantu korban bencana dengan memasang symbol dan atribut partai harus menyesuaikan program bantuannya dengan regulasi yang ditetapkan oleh pemerintah. Mereka harus aktif memberikan informasi melalui gambar, peta dan komunikasi langsung kepada warga korban bencana. Bukan malah sebaliknya, kehadiran partai politik justru membuat informasi kebencanaan semakin simpang siur. Terlebih lagi, menurut Hausler (2013:3), terjadinya bencana alam susah diramalkan secara tepat, meskipun dapat diketahui sejak dini. Karena itu warga di kawasan yang dilanda bencana memerlukan informasi yang akurat demi meminimalisir jumlah korban.

Padaahal, di pihak lain, bukan mustahil jika parpol memproduksi pesan sendiri dan tidak berdasarkan pengetahuan dan pemahaman dari sumber yang dapat dipercaya, tetapi malah larut dalam pengorganisasian berita tidak jelas asal usulnya, yang membuat warga semakin panik. Dengan mengandalkan informasi dari berbagai media sosial, bukan mustahil para aktivis parpol di lokasi bencana tidak berupaya memverifikasi sebuah informasi yang bersifat positif maupun negatif dengan pemerintah maupun pihak – pihak yang bertanggungjawab terhadap penanganan bencana. “Memang tidak mudah untuk mengelola bencana secara integratif, dalam arti ada kesinambungan komunikasi antar unit – unit yang ada sebagai pihak yang bertanggungjawab terhadap peristiwa bencana”. (Susanto dalam Budi, 2011:16)

Keterlibatan parpol dalam menyampaikan informasi selayaknya berpijak kepada model komunikasi David Berlo (Ruben, 1992:33), bahwa penyampaian pesan harus memperhatikan aspek kemampuan komunikasi, sikap, pengetahuan, system social dan kultur. Pesan yang disampaikan, harus diorganisasikan dengan memperhatikan elemen, struktur pesan, isi yang jelas dan memenuhi kebutuhan informasi bagi penerima pesan. Dengan kata lain, para aktivis parpol dalam menyampaikan informasi kepada warga korban bencana harus sesuai dengan sikap, pengetahuan dan nilai – nilai sosial budaya yang berlaku disekitarnya. Pada konteks ini termasuk mengedepankan sikap empati. Tujuannya jelas, agar warga di kawasan bencana memperoleh kepastian tentang berbagai hal yang berkaitan dengan kompleksitas bencana alam yang sewaktu – waktu melanda kawasan mereka.

Tidak dapat dikesampingkan bahwa, informasi yang diproduksi dan disebarakan kepada masyarakat seringkali berpijak kepada nilai – nilai tradisional yang mengarah kepada mitos, legenda maupun dongeng – dongen yang semakin memberikan tekanan negative kepada warga sebagai korban bencana alam. Secara sederhana dapat dikatakan, media untuk menyalurkan pesan didukung oleh teknologi komunikasi yang mampu menyalurkan pesan dengan cepat, tetapi saying berisi pesan dari sumber yang tidak jelas dalam jerat nilai tradisional yang masuk dalam kutub tidak menguntungkan bagi masyarakat.

Menurut Undang – Undang Nomor 24 tahun 2007, tentang Penanggulangan Bencana, ditegaskan bahwa ”bencana adalah peristiwa atau rangkaian peristiwa yang mengancam dan jiwa manusia, kerusakan lingkungan, kerugian harta benda, dan dampak psikologis”. Dalam perspektif komunikasi, bagaimana para aktivis partai politik yang turun di lapangan bencana harus dapat mengorganisasikan informasi bencana kepada masyarakat untuk mengurangi tekanan psikologis. Karena itu, masyarakat di wilayah bencana harus diberi hak komunikasi sederajat dengan partai politik yang membuka posko bantuan, bukan mendikte dan mengarahkan mereka sesuai dengan tujuan partai.

Merujuk kepada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Penyelenggaraan Penanggulangan Bencana, pemulihan sosial psikologis harus ditujukan untuk membantu masyarakat yang terkena dampak bencana, memulihkan kembali kehidupan sosial dan kondisi psikologis pada keadaan normal seperti kondisi sebelum bencana.

Kegiatan membantu masyarakat terkena dampak bencana harus diberikan pelayanan sosial psikologis berupa: (1) Bantuan konseling dan konsultasi keluarga, (2) Pendampingan pemulihan trauma, (3) Pelatihan pemulihan kondisi psikologis.

Menyikapi kondisi tersebut, seyogianya partai politik ikut membantu memberikan penguatan kepada korban melalui komunikasi yang integratif demi membangun kesepahaman bersama. Khusus dalam memberikan bantuan pemulihan psikologis, komunikasi di lingkungan bencana tidak ada salahnya partai politik yang berupaya menarik simpati, berpijak kepada pemikiran Bower dan Bradac (dalam Burgoon dan Doran,1982:2-5), bahwa komunikasi teramat kompleks karena memiliki 14 aksioma komunikasi dalam penyampaian pesan dari sumber kepada penerima pesan. Namun secara general komunikasi adalah pertukaran pesan yang sepadan dengan tujuan untuk menciptakan pemahaman bersama, mengurangi ketidakjelasan dalam pertukaran informasi, penyampaian pesan dan transfer pengetahuan serta relasi antar entitas.

Sementara itu, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Penyelenggaraan Penanggulangan Bencana, dalam pasal 85 menyebutkan bahwa (1) Pembangkitan kembali kehidupan sosial budaya masyarakat ditujukan untuk menata kembali kehidupan dan mengembangkan pola-pola kehidupan ke arah kondisi kehidupan sosial budaya masyarakat yang lebih baik. (2) Upaya menata kembali kehidupan sosial budaya masyarakat dilakukan, antara lain dengan menghilangkan rasa traumatik terhadap bencana, kegiatan kampanye sadar bencana dan peduli bencana, penyesuaian kehidupan sosial budaya masyarakat dengan lingkungan rawan bencana, dan mendorong partisipasi masyarakat dalam kegiatan pengurangan risiko bencana.

Jika partai politik berprinsip membantu korban bukan sebatas mencari simpati, maka wajib ikut serta dalam membangkitkan semangat kehidupan dan menghilangkan rasa traumatik. Melalui komunikasi yang bersifat sirkuler untuk mengetahui respon dan dampak komunikasi dalam kesederajatan, maka model komunikasi Schramm (dalam Ruben, 1992:45) yang menggarisbawahi pentingnya receiver memberikan feedback. Dengan mengetahui umpan balik, yang mencakup hal positif untuk mengurangi penderitaan korban, dapat diartikan pula bahwa

komunikasi yang dilakukan partai politik di kawasan bencana mencapai sasaran yang diharapkan karena masyarakat aktif berpartisipasi. Sejalan dengan itu, Kaminski, Willoughby dan Mc.Mahan (2014:32), “komunikasi harus mengubah masyarakat pada umumnya untuk berpartisipasi mendukung program kegiatan yang dilaksanakan”. Keterlibatan korban bencana dalam komunikasi dua arah dengan aktivis partai politik, dapat mendorong tercapainya tujuan yang menguntungkan dua belah pihak dalam kesederajatan. Korban bukan hanya sebagai obyek tetapi subyek yang juga memiliki semangat untuk merehabilitasi lingkungan sosial dan ekonominya.

Hasil positif ini secara makro dapat meningkatkan kredibilitas partai politik di kawasan bencana, yang berujung kepada kesediaan menjadi konstituen parpol penebar pesona. Namun tidak mudah untuk mencapai komunikasi yang efektif ketika kepercayaan masyarakat terhadap perilaku partai politik menurun. Sebab sebagaimana dikemukakan oleh Goyer (dalam Tubb dan Moss, 2006: 22), “ komunikasi efektif terjadi jika respon yang diinginkan pengirim, dan respon yang diberikan penerima pesan adalah sama”. Persoalannya, secara substansial, ada perbedaan mendasar antara partai politik dengan korban bencana. Aktivis partai dengan segala tujuan yang melekat untuk memburu kekuasaan, mewarnai pemberian bantuan. Di pihak lain, korban di kawasan bencana, sebagai pihak yang mengalami musibah, karena merasa akan dieksploitasi untuk kepentingan partai politik sebagai konstituen, tidak mudah memberikan respon positif kepada partai politik. Dengan karakter yang berbeda tersebut, walaupun terjadi interaksi dengan frekuensi tinggi dan selalu berulang, tetapi dua entitas tersebut mempunyai tujuan komunikasi yang berbeda.

## **Penutup**

Berbagai upaya partai politik melakukan pencitraan di wilayah bencana, tidak selalu menghasilkan aspek positif bagi peningkatan kekuatan partai dalam rangka membangun basis massa untuk menghadapi kontestasi politik nasional maupun lokal. Namun maraknya partai politik melakukan kampanye terselubung di wilayah bencana, yang berlandung dibalik pemberian bantuan kepada korban, dipicu pula oleh kelambanan jerat birokrasi pemerintah dalam menangani korban bencana maupun pemulihan kawasan yang diterpa bencana.

Sementara itu, partai politik yang dalam berbagai jajak pendapat semakin tidak dipercaya oleh rakyat, akibat kinerjanya yang dinilai lebih mementingkan kelompok daripada rakyat pada umumnya, menilai kawasan bencana sebagai lahan potensial untuk mengembalikan citra partai politik, dengan memberikan bantuan bagi korban bencana. Persoalannya, partai politik hanya membawa bantuan untuk korban bencana tanpa pemahaman yang utuh terhadap penanganan korban dan pengetahuan yang memadai untuk melakukan rehabilitasi kawasan bencana. Bagi partai politik seolah – olah keperluan korban adalah bantuan pokok yang dikaitkan dengan kebutuhan fisik semata- mata. Di pihak lain, sesungguhnya yang dibutuhkan korban, bukan hanya bantuan material untuk kebutuhan pokok saja, tetapi mereka perlu dukungan moral dan spiritual, untuk menghadapi kompleksitas dampak bencana yang memporakporandakan lingkungan sosial dan ekonomi yang dimiliki.

Mencermati kondisi itu, seharusnya partai politik yang memberikan bantuan di kawasan bencana, bukan membawa bantuan untuk menarik simpati korban saja, tetapi membangun komunikasi integratif yang terkait dengan bencana alam yang setiap saat dapat terjadi di seluruh nusantara. Namun sejalan dengan situasi politik yang menghangat karena menjelang pemilihan

umum tahun 2014, tampaknya partai politik lebih focus untuk membuat kawasan bencana sebagai poros – poros dari jaringan politik untuk menarik konstituen. Karena itu, para aktivis partai politik tidak berpikir jauh tentang perlunya komunikasi untuk memberikan semangat, menyembuhkan trauma dan memberikan pemahaman untuk menyikapi bencana secara rasional.

Padahal pengabaian terhadap komunikasi bencana yang sepadan dan penuh empati dalam membantu korban, akan semakin menurunkan citra partai politik yang semakin melemah dalam menghadapi pemilihan umum tahun 2014. Hakikatnya, memberikan bantuan instan tanpa pemahaman menyeluruh terhadap korban bencana alam, tidak akan menghasilkan implikasi positif sebagaimana harapan parpol untuk menjadikan korban bencana sebagai konstituen partai dalam persaingan politik lokal maupun nasional.

## Daftar Pustaka

- Burgoon, Michael and Noel E. Doran (ed). 1982. "Issues in Communication Theory : A Metatheoretical Analysis", Communication Yearbook 5, Michigan State University : The International Communication Association.
- Budi, Setio HH.(Ed).2012. Komunikasi Bencana "Eksistensi Komunikasi dalam Menghadapi Bencana" oleh Eko Harry Susanto, Yogyakarta: Penerbit Buku Litera, ASPIKOM dan Perhumas BPC.
- Gatra, Majalah.2014."Bencana Menerjang, Presiden Kurang Responsif", Majalah Mingguan Gatra, 23-29 Januari 2014
- Hausler, Elizabeth A. 2013.Rawan Gempa Tapi Anda Bisa Menjaga Keluarga Anda Aman dari Gempa, Jakarta : Build Earthquake Resistant Houses
- Kaminski, Heidi J.Hennink, Jessica Fitts Willoughby, and Dana Mc.Mahan. 2014. "Joint the Concuest : "Developing a Campaign to Increase Participation in Clinical Research in North Carolina" dalam Science Communication : Linking Theory and Practice, Volume 36, Number 1, Februari 2014, Los Angeles : Sage Publications Production
- Kompas.2014. "Pemerintah Gagap : dana Penanganan Bencana di Kudus Terlambat Cair, 4 Februari 2014
- Kompas.2013."Kualitas Wakil Rakyat Buruk, Harian Kompas, Jakarta, 25 Maret 2013
- Kompas. 2013. "Rapor Merah Kinerja Partai Politik" Harian Kompas, Jakarta, 23 Desember 2013
- Kompas.2013. 30 Persen Bantuan Sosial dikuasai Menteri, Harian Kompas, Jakarta, 23 Februari 2013.
- Moleong, Lexi J. Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung : Penerbit Remaja Rosda Karya, 2009
- Muhammad, Fadel.2008. Reinventing Local Government : Pengalaman Dari Daerah, Jakarta : Penerbit Kompas Gramedia.

Rakhmat, Jalaluddin. 2008. Psikologi Komunikasi, Bandung : Penerbit Rosda Karya

Ruben, Brent D.1992. Humman Communication And Cross Culture Effectiveness, dalam Samovar and Porter, Intercultural Communication: A Reader, Belmont, California : Wadsworth Publishing Co.

Rush, Michael dan Phillip Althoff. 1997. An Introduction to Political Sociology, atau Pengantar Sosiologi Politik, terj. Kartini Kartono, Jakarta : Rajawali Pers.

- Wijaya, Yuniarto.2013. “ Menuju Politik Idol 2014” dalam Majalah Indonesia 2014, Nomor 7, Volume1 tahun 2013, Jakarta : Penerbit Sukses Media
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro. 2007.Dasar – Dasar Public Relations, Bandung : Penerbit PT. Remaja Rosda Karya
- Tempo.2014. ”Banjir Bukan Monopoli Ibu Kota”, Majalah Tempo, Jakarta, 26 Januari 2014.
- Tubbs, Stewart L dan Sylvia Moss .2006. Human Communication; Konteks – Konteks Komunikasi, Buku I, terjemahan Deddy Mulyana dan Gembirasari, Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.

### **Peraturan dan Undang – Undang**

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Penyelenggaraan Penanggulangan Bencana

Undang – Undang Nomor 24 tahun 2007, tentang Penanggulangan Bencana

Undang – Undang No. 2 Tahun 2008 tentang Partai Politik

### **Website**

[http://www.portalkbr.com/nusantara/jakarta/3099589\\_4260.html](http://www.portalkbr.com/nusantara/jakarta/3099589_4260.html)

[http://www.portalkbr.com/nusantara/jakarta/3099589\\_4260.html](http://www.portalkbr.com/nusantara/jakarta/3099589_4260.html)

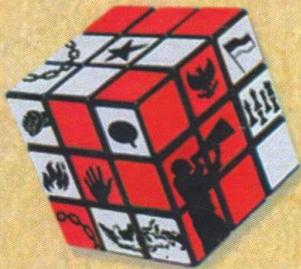
<http://www.tempo.co/read/news/2012/11/25/231443906/Jokowi-Larang-Partai-Bikin-Posko-di-Lokasi-Banjir>

<http://www.jpnn.com/read/2013/02/19/159188/Bantu-Korban-Banjir-Manado,-Wiranto-Ogah-Disebut-Kampanye>

<http://www.manadokota.com/berita/read/45627>



"Untuk demokrasi Indonesia yang lebih baik." Ungkapan harapan besar bangsa Indonesia terhadap penyelenggaraan Pemilu 2014. Pemilihan untuk kelanjutan bangsa ini menapak masa depan. Harapan itu pula yang menginspirasi pelaksanaan Konferensi Nasional Komunikasi yang mempertemukan akademisi, praktisi dan peminat ilmu komunikasi Indonesia. Karya dalam buku ini merupakan hasil riset, kajian, dan analisa pustaka akademisi tentang komunikasi politik dari perspektif Komunikasi Politik dan Budaya Lokal. Buku ini dapat menjadi tambahan referensi bagi peminat ilmu komunikasi dan menjadi kontribusi akademisi bagi pengayaan literatur komunikasi politik untuk menuju demokrasi di Indonesia lebih baik.



DITERBITKAN OLEH:  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI DAN PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

DIDUKUNG OLEH:

**ASPIKOM**  
ASOCIATION OF STUDENTS IN POLITICAL COMMUNICATION  
KORWIL - JABODETABEK



**puskombis**

ISBN 978-602-18666-8-9



9 786021 186668