

## HEGEMONI POLITIK PARTAI ISLAM DI PEMILU LEGISLATIF KOTA PADANGSIDIMPUNAN

Oleh Mudzakkir Khotib Siregar  
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan  
e-mail: mudzakkir.ks@gmail.com

### *Abstract*

*Eights and electability legislative candidates and political parties is determined by the ability to use democracy, politikal realities and political ethics. The weight of the relationship to deteriorate and no lasting deterioration in the event of a third understanding of the relationship was well done jointly or one of the two components, namely a political party or political party and lagislative candidates. Popularity of policians and political parties in the 2009 legislative elections for city council Padangsidimpuan level, relatively no effect on electability.*

### **Kata Kunci : Popularitas, Partai Islam, Politikus Muslim**

#### **A. Pendahuluan**

Mesin politik dan popularitas merupakan dua variabel yang dipercaya amat menentukan siapa saja politikus yang tampil ke permukaan kini. Tetapi, nyaris semua tak memiliki dua variabel tersebut secara sempurna. Ambil contoh pasangan para calon presiden pada pemilu 2009 yang lalu. Mesin politik PDIP memang bisa diandalkan alias tidak “macet” sama sekali. PDIP adalah pemenang pemilu 1999 dan nomor dua pada pemilu legislatif 2004. Infrastruktur politiknya sudah terbentuk sedemikian rupa. Berarti ada mesin politik yang relatif kuat. Namun, di sisi lain, sayang popularitas Megawati tengah merosot. Sementara pasangannya, Prabowo, mulai populer di kalangan, tetapi tidak

memperoleh dukungan bulat dari komunitasnya di TNI.

Tetapi, sebaliknya tidak demikian dengan pasangan Susilo Bambang Yudhoyono (SBY)-Boediono. Yudhoyono adalah sosok populer yang terbukti mampu mengangkat perolehan suara signifikan Partai Demokrat, sebuah partai politik baru yang baru dua kali ikut pemilu. Perolehan suaranya setara dengan 148 kursi di DPR. Dalam beberapa jejak-pendapat posisi popularitas SBY tak diragukan. Hanya saja kendaraan politik yang mendorong laju SBY memiliki kapasitas terbatas. Dengan kata lain mesin politiknya, kalau sekedar mengandalkan Partai Demokrat tidak cukup. Sementara pasangannya, Boediono tidak berangkat dari restu formal Partai-partai

pendukung SBY. Boleh dibilang SBY-Boediono berangkat dari “modal populer”. Butuh kerja keras membangun mesin politik yang, barangkali tak perlu besar, tapi efektif. Sementara pasangan Jusuf Kalla-Wiranto tetap memiliki peluang tersendiri dan memiliki wilayah popularitasnya sendiri.

Pemilihan Umum Presiden secara langsung telah terselenggara sebanyak dua kali di Indonesia. Oleh sebab itu, sekedar menjadikannya sebagai cermin, terlihat bahwa popularitas tokoh ternyata lebih unggul ketimbang kekuatan mesin politik, apalagi dalam Pemilu 2009 hampir terjadi perpaduan yang sempurna diantara keduanya, yakni popularitas tokoh dan mesin politik. Terlihat bahwa perpaduan (variasi) atas keduanya, telah membuktikan kemenangan pasangan capres. Kalau logika politik berjalan linier, maka tentulah mesin politik yang kuat merupakan faktor paling utama (terdepan) dalam menentukan kemenangan politik.

Partai politik adalah pilar dari sebuah mesin politik. Namun demikian, mesin politik pun bisa digalang dari kekuatan di luar partai politik. Oleh sebab itulah bisa dipahami mengapa, nyaris semua tokoh yang berlomba dalam kompetisi politik berebut pengaruh kekuatan-kekuatan politik di luar parpol. Fenomena ditarik-tariknya tokoh-tokoh Organisasi Kemasyarakatan semisal NU dan Muhammadiyah oleh kekuatan-kekuatan Partai

Politik, merupakan ilustrasi menarik. NU dan Muhammadiyah bukan dilirik akibat faktor besarnya konstituennya di Jawa, tetapi juga diharapkan mampu menjadi bagian dari mesin politik capres bersangkutan.

Di antara partai-partai politik yang ada kini, Partai Golkar merupakan contoh yang menarik atas fenomena kekuatan mesin politik. Dalam lima tahun terakhir, terbukti partai yang dipimpin ini, mampu melakukan konsolidasi internal dengan baik. Partai Golkar mendulang suara secara merata. Ini membuktikan bahwa partai ini punya jangkauan infrastruktur yang ternyata masih kokoh dan menyebar. Kalau dalam pemilu presiden ini bekerja secara efektif, maka mestinya pasangan Jusuf Kalla-Wiranto tidaklah akan kalah telak.

Tetapi, kekuatan sebuah mesin politik sering kali melemah. Solid tidaknya jajaran elite politik bersangkutan amat menentukan. Juga sejauhmana pucuk-pucuk pimpinan yang ada mampu mengatasi segala model resistensi politik yang berkembang. Dan yang tak kalah pentingnya, terkait dengan fluktuasi popularitas tokoh yang ditawarkan. Menurunnya popularitas tokoh, amat bisa menurunkan tingkat kekuatan mesin politik. Popularitas amat bermakna bagi pergerakan sebuah mesin politik. Sebuah mesin politik yang sederhana diyakini akan lebih mampu bergerak lincah, seiring dengan semakin menguatnya popularitas sang tokoh. Sebaliknya, sebuah

mesin politik yang kokoh bisa memudar, seiring dengan merosotnya popularitas tokoh utamanya.

Kalau Issaac Newton, yang dalam buku Micheal H Hart ditempatkan di ranking dua setelah Nabi Muhammad,<sup>1</sup> merenungi jatuhnya buah apel dari pohonnya, maka demikian pulalah dinamika politik nasional belakangan ini. Newton lantas menemukan hukum gravitasi. Cobalah lempar batu ke atas, pastilah jatuhnya ke bawah, ke bumi. Setinggi-tinggi air mancur, maka jatuhnya ke tanah juga. Tidak ada jatuh ke atas, pasti jatuh ke bawah. Itu karena ada gaya gravitasi: sebuah hukum alam alias *sunnatullah*. Ada ketentuan-ketentuan hukum (termasuk hukum sebab-akibat) yang berlaku untuk semua makhluk yang ada di bumi, yang bersifat tetap dan mengikat. Tetapi kadang ada anomali, yang bertentangan dengan *sunnatullah* itu. Tetapi, itu sekedar pengecualian. Kalau kadar anomalnya tinggi, pastilah ada yang salah. Dan hukum *sunnatullah* pun berlaku.

Demikian pula dalam melihat politik Indonesia belakangan ini. Politik memang bukan matematika, di mana satu tambah satu dipastikan dua. Ilmu pasti (alam) berbeda dengan ilmu sosial itu pasti. Tetapi setidaknya, ada banyak hal yang bisa digabungkan di sini. Dalam dunia politik, berbagai ketentuan

*sunnatullah* berlaku. Setidaknya banyak prinsip-prinsip umum yang bisa dipahami, sebagai sebuah *sunnatullah* politik. Prinsip-prinsip umum itu adalah barisan variabel yang berkaitan satu sama lain. Siapa yang tim suksesnya profesional dan betul-betul bekerja demi kemenangan seseorang misalnya, maka secara *sunnatullah* politik, mestinya akan menuai hasil yang optimal.

Profesional bisa diartikan, yang komunikasi politiknya baik, tingkat resistensinya rendah, mampu meraih empati publik dengan sikap-sikap memanusiaikan, disiplin dalam bekerja dan selalu melakukan *check and recheck* yang teliti dan cermat memantau pergerakan opini, mampu menata diri menampilkan citra magnetis sang calon, mampu mengelola opini dan mereduksi tingkat distorsi yang merugikan citra sang tokoh, mampu menjaga ritme popularitas ketokohan, mampu mengelola konflik internal, dan pandai memanfaatkan sebanyak mungkin spektrum politik yang ada –tanpa terjebak oleh paradigma politik “kita versus mereka”. Dan, jangan lupa, dalam konteks politik Indonesia dewasa ini, yang profesional itu, adalah yang mampu menggunakan “*financial politics*”-nya secara efektif –mengingat ternyata *money* bukan penentu utama sekali.

Hasil penelitian Lembaga Survei Indonesia (LSI) pada 2008, menunjukkan penurunan popularitas sejumlah partai politik

<sup>1</sup> [www.id.wikipedia.org](http://www.id.wikipedia.org), Selasa 30 maret 2010, 09.00

berbasis Islam seperti PKS, PKB, PPP, PAN dan PBB.<sup>2</sup> Ini cambuk bagi partai-partai berbasis Islam. Survei itu, meskipun orang boleh memberikan pendapat apapun, adalah kerja ilmiah. Maka, seharusnya partai-partai Islam dan politikus muslim mengambil pelajaran, hikmah dan membenahi diri dari sisi kemampuan manajemen dan *leadership*.

Seharusnya Partai-partai Islam dan politikus muslim bisa merepresentasikan dirinya sebagai partai dan politikus yang mewakili berbagai kepentingan umat. Mereka seharusnya bisa mempublikasikan sejumlah produk politiknya kepada masyarakat. Selain itu anggota dan kader partai yang ada di legislatif dan eksekutif juga harus menunjukkan hal yang sama.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti berasumsi bahwa partai politik dan politikus muslim yang berada di Kota Padangsidimpuan mengalami kondisi yang tidak jauh berbeda, sebagaimana juga berdasar informasi awal yang didapatkan dari Komisi Pemilihan Umum Kota Padangsidimpuan.<sup>3</sup> Ada hubungan yang sangat erat antara popularitas partai politik berbasis Islam dan politikus muslim dengan perolehan suara pada pemilihan umum legislatif tahun 2009. Namun dalam kenyataannya di lapangan masih perlu pengujian lebih lanjut. Benarkah popularitas

partai politik berbasis Islam dan politikus muslim berhubungan erat dengan perolehan suara pada pemilihan umum legislatif tahun 2009? Berdasarkan itu penulis bermaksud melakukan penelitian dengan mengajukan judul "Hubungan Popularitas Partai Islam dan Politikus Muslim dengan Perolehan Suara pada Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2009 di Kota Padangsidimpuan".

Penekanan pada tidak-adanya tendensi keberpihakan kepada salah satu pihak, baik partai maupun perseorangan calon legislatif (politikus muslim), perlu dilakukan selain untuk kepentingan penjelasan itu sendiri, juga sekaligus untuk mengingatkan tugas seorang peneliti. Tujuan penelitian ini hanyalah untuk mendapatkan penjelasan tentang masalah yang telah dirumuskan di atas, yaitu:

1. Untuk melihat gambaran Popularitas Partai Islam di Kota Padangsidimpuan.
2. Untuk melihat gambaran Popularitas Politikus Muslim di Kota Padangsidimpuan.
3. Untuk melihat kaitan antara popularitas partai Islam dan Politikus Muslim dengan perolehan suara pada pemilihan umum legislatif tahun 2009 di Kota Padangsidimpuan.

---

<sup>2</sup> www.kilasberita.com, Selasa, 30 Maret 2010, 09.29 WIB

<sup>3</sup> Divisi Teknis Penyelenggaraan Komisi Pemilihan Umum Kota Padangsidimpuan, 2009

## B. Popularitas Partai dan Politikus

Meski kritik sosial terhadap penggunaan teori dalam penelitian pengungkapan sosial<sup>4</sup> punya alasan tersendiri, dalam penelitian ini kajian-kajian teoretis masih sangat dibutuhkan dalam rangka memperkaya khazanah pengetahuan yang berkenaan dengannya.

Demokrasi sebagai sebuah proses, sedang berlangsung di Indonesia. Perkembangannya cukup menggembirakan, mulai dari penataan konstitusi, undang-undang bidang politik, berbagai kebijakan publik, sampai penataan kelembagaan birokrasi hingga ke tingkat daerah.

Demi demokrasi, bangsa Indonesia telah berani membuat keputusan besar walau penuh resiko. Amandemen terhadap Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 adalah bukti keberanian besar tersebut.

Lebih dari setengah dasawarsa terakhir ini, Indonesia mengalami beberapa perubahan penting pada tataran konstitusi dan tataran kemasyarakatan. Pada tataran konstitusi, kita melihat adanya upaya mempertegas pemisahan kekuasaan (*separation of powers*) yang lazim bekerja dalam negara demokrasi. Pada tataran kemasyarakatan, gerakan sosial dan bentuk

partisipasi rakyat dalam bidang politik terus berkembang dengan sasaran yang semakin terarah dan menggunakan pola-pola partisipasi yang semakin modern.<sup>5</sup>

Dalam kaitannya dengan pemilihan umum, siapa yang tidak suka jika tingkat popularitas seseorang itu tinggi apalagi tingkat elektabilitasnya juga tinggi, dan hal ini terjadi kepada kita bukan saja kepada politisi atau capres. Tetapi apakah ketika seseorang/kelompok memiliki tingkat popularitas dan elektabilitas tinggi, juga tinggikah tingkat dia untuk “memperhatikan kesejahteraan rakyat dan bangsanya”? (Sebenarnya sulit mencari padanan kata ilmiah dari istilah yang terakhir ini).

Jawabannya bisa ya atau tidak, namun dari sekian banyak yang memiliki tingkat elektabilitas serta popularitas tinggi, ternyata bermacam-macam variabel yang mendukung dan membentuk angka-angka tersebut. Kadangkala opini baik atau buruk juga mendukung tingkat popularitas seseorang/kelompok. Satu contoh siapa yang tidak kenal Abu Rizal Bakrie, popularitasnya begitu tinggi walaupun dibentuk oleh persepsi yang buruk terkait kasus Lapindo.

Suatu saat jika dia dicalonkan menjadi presiden dan dipilih secara langsung oleh

<sup>4</sup> Anis Chariri, *Kritik Sosial atas Pemakaian Teori dalam Penelitian Pengungkapan Sosial dan Lingkungan*, dalam Jurnal Maksi Volume 8 Nomor 2 Agustus 2008, Semarang: Universitas Diponegoro, hal. 151-168

<sup>5</sup> Forum Masyarakat Peduli Parlemen Indonesia, *Lembaga Perwakilan Rakyat di Indonesia, Studi dan Analisis Sebelum dan Setelah Perubahan UUD 1945*, Jakarta, 2005, hal. 2.

rakyat Indonesia apakah dia akan memiliki tingkat elektabilitas yang tinggi, jawabannya tidak karena menurut yang tertulis di *hand book of political management*, dapat disimpulkan bahwa seseorang yang tidak memiliki popularitas dan elektabilitas sekalipun, bisa “dipoles” untuk dapat mencapai angka tertentu dengan cara menerapkan beberapa bagian dalam teori perilaku pemilih. (tentunya ini dilakukan tidak dengan modal materi yang sedikit). Artinya, jika sebagian dari kita tidak pernah terkenal dan tidak memiliki nilai elektabilitas, maka kita pun juga bisa “dipoles” untuk bersaing dengan orang-orang terkenal. Karenanya beberapa calon anggota legislatif pada pemilu yang lalu menyewa/memakai konsultan politik. Calon legislatif tersebut awalnya hampir tidak dikenal oleh konstituen di Dapilnya apalagi dibandingkan dengan nomor urut satu dalam partai yang sama orang ini bukanlah apa-apa. Namun karena dia mempunyai konsultan politik tersebut maka secara tiba-tiba tingkat popularitas dan elektabilitasnya melonjak cukup tinggi. Ini membuktikan bahwa konsultan politik tersebut berhasil “memoles” seseorang yang memiliki nilai rendah menjadi begitu tinggi.

Sejauh yang bisa diamati dalam perhelatan politik 2009 belum ada satupun konsultan politik yang mau mengukur nilai perseorangan dalam angka, dimana angka

tersebut juga menyebutkan dan menunjukkan nilai normatif yang diimpikan oleh kebanyakan masyarakat yaitu “mensejahterakan rakyat dan bangsanya”. Disamping itu ini sebagai sebuah peringatan awal agar masyarakat kita tidak lagi menyandarkan pilihannya hanya dengan berdasar kepada salah satu angka popularitas dan elektabilitas yang muncul di media.

Tentu di lain pihak kita juga berharap, ketika tingkat popularitas dan elektabilitas seseorang itu tinggi (baik itu karena “dipoles” ataupun karena secara alami dari perilaku politiknya sehari-hari) maka tinggi pula tingkat “mensejahterakan rakyat dan bangsanya”.

Abraham Maslow, seorang tokoh psikologi aliran Humanistik yang dikenal dunia dengan Teori Hirarki Kebutuhan, mengemukakan bahwa dalam piramida kebutuhan hidup manusia menempatkan aktualisasi diri pada posisi teratas setelah kebutuhan fisiologis, rasa aman, cinta, dan harga diri.

Menurut Maslow, aktualisasi diri merupakan sebuah proses pembuktian potensi yang ada dalam diri manusia kepada manusia manusia lain, dan atau lingkungan di sekitarnya. Potensi dalam diri seorang individu tidak akan mampu menjadi torehan prestasi apabila tidak diaktualisasikan ke dalam konstruksi yang telah dipahami oleh lingkungan di sekitarnya. Dalam proses aktualisasi potensi yang ada dalam diri menjadi

prestasi yang diakui oleh lingkungan masyarakat dibutuhkan banyak pengorbanan, baik konsistensi, waktu, biaya, fasilitas, maupun motivasi.

Namun, ketika instanisme telah menjadi budaya yang mapan dan diamini secara luas oleh publik dunia, termasuk Indonesia, seorang individu cenderung enggan untuk melewati sederet pengorbanan tersebut demi aktualisasi potensi diri menjadi torehan prestasi. Secara instan, mayoritas masyarakat kita lebih menyukai segala sesuatu yang cepat, singkat, tanpa melalui kepanjangan proses, dan hanya berorientasi pada hasil. Sederet tayangan pencarian bakat seperti AFI, KDI, *Indonesian Idol*, API, *Dream Band*, *Dream Girl*, Indonesia Mencari Bakat (IMB), *The Master*, hingga Da'i Cilik merupakan program acara yang sigap membaca menggejalanya budaya instan pada masyarakat. Hasilnya, kurang dari 10 persen artis seniman produk program acara ini yang dapat menorehkan prestasi gemilang dan diakui oleh publik.

Publik bisa menilai bahwa torehan prestasi Ferry AFI, Siti KDI, Dellon, Bajaj, Band Kapten, ataupun Limbad masih di bawah seniman yang mengaktualisasikan dirinya melalui proses yang panjang.

Sedangkan bagaimana dengan seniman-seniman instan yang tidak melewati ajang pencarian tersebut? Hobby mereka pada mie instan dan segala sesuatu yang berbau instan

memaksa untuk memilih membuat sensasi sebagai langkah cepat dan singkat untuk mendulang popularitas. Lalu, apakah dengan sensasi mereka telah mencapai prestasi?

Prestasi sebagai hasil penggalian potensi diri yang diaktualisasi ternyata memiliki beragam bentuk interpretasi. Bagi seniman yang ingin mensegerakan segala hal, prestasi lebih diterjemahkan sebagai popularitas semata. Suatu misal, dalam blantika musik dangdut tanah air, sederet bintang-bintang dangdut memilih untuk tidak mengaktualisasikan dirinya melalui kemampuan vokal yang menawan, baik cengkok maupun warna suara, namun lebih suka menghadirkan sensasi dalam setiap aksi panggung dan terutama pinggang mereka. Goyang ngebor, goyang patah-patah, goyang gergaji, goyang kayang, dan lain-lain adalah pilihan aksi sensasi di atas panggung untuk menarik perhatian publik.

Bisa dihitung dengan jari, beberapa seniman yang memang menerjemahkan prestasi sebagai hasil kerja keras secara 'konkret'. Dalam blantika musik pop di tanah air, publik disuguhi fenomena kesuksesan beberapa *group band*. Meskipun kesuksesan ST 12, Kangen Band, Ungu, maupun Gigi, cenderung dilatar belakangi oleh konsumtifisme dan degradasi *sense of music* pasar di tanah air. Namun, kesungguhan mereka untuk konsisten pada satu genre musik

tertentu patut dihargai sebagai torehan prestasi yang melewati proses panjang. Hasilnya, lagu-lagu mereka tidak hanya akrab di telinga penikmat musik Indonesia tetapi juga merambah ke manca negara seperti Malaysia, Singapura, Thailand, Korea Selatan, bahkan India. Hanya saja yang patut disayangkan adalah hasrat untuk terus memelihara popularitas tersebut dilakukan dengan strategi menciptakan sensasi bukan menciptakan kebaruan dalam karya-karya seni mereka.

Ironisnya, strategi memelihara popularitas dengan menciptakan sensasi-sensasi justru akan menyebabkan popularitas yang ada dalam genggam tangan cenderung tidak bertahan lama. Beberapa tahun lalu, Peterpan sempat merajai panggung musik tanah air dengan lagu-lagunya yang *easy listening* dan tentu saja karena wajah ganteng sang vokalis, yang menjadi objek halusinasi banyak remaja putri. Namun aksi-aksi sensasional sang vokalis dengan sederet selebritis cantik tanah air justru membuat band ini tenggelam dalam konflik. Begitu juga dengan band Ungu, konflik rumah tangga sang vokalis dan sederet isu hingga foto-foto mesranya dengan beberapa selebritis muda yang sensasional membuat popularitas band ini seakan-akan segera ditenggelamkan oleh kemunculan band-band lain seperti Alexa, Seventeen, Kuburan, Domino, dan lain sebagainya.

Sebenarnya mereka harus belajar banyak kepada band pendahulunya yang konsisten dengan karya-karya mereka seperti Slank. Band yang digawangi oleh sosok-sosok kontroversial yang jujur pernah tenggelam dalam hitamnya dunia narkoba ini cenderung menjauh dari aksi-aksi menciptakan sensasi, terlebih yang bersifat pribadi. Sehingga publik benar-benar mengenal mereka melalui karya-karya mereka, bukan melalui sensasi-sensasi mereka. Lagu-lagu mereka seperti “Maafkan”, “I Love You But I Hate You”, “Seperti Para Koruptor”, “Orkes Sakit Hati”, dan lain-lain menjadi lagu yang nyaman untuk didengarkan. Bahkan mereka juga memiliki fans berat setia yang menyebut dan mengkoordinasikan diri dalam “Slankers”.

### **C. Komunikasi Interpersonal dalam Organisasi**

Organisasi manapun membutuhkan partisipasi manusia untuk mengelola, mengerjakan dan mengembangkan organisasi. Kendatipun berkat kemajuan ilmu dan teknologi, beberapa organisasi modren berkembang pesat dengan mengandalkan teknologi, namun peran manusia dalam organisasi tidak dapat seluruhnya digantikan oleh mesin-mesin atau teknologi. Partisipasi manusia yang terlibat dalam organisasi tergantung tugas, fungsi, dan wewenangnya sesuai dengan kemampuan, pengetahuan maupun *skill* yang dimilikinya. Agar organisasi

dapat terus berkembang, maka sudah menjadi keharusan bagi organisasi untuk memilih anggota yang berkualitas dalam bidangnya serta memberi kesempatan bagi anggota untuk mengembangkan kualitas diri.

Secara fungsional, individu-individu yang terlibat dalam organisasi melakukan aktivitas yang disebut dengan kerja.<sup>6</sup> Salah satu prinsip dalam struktur organisasi menekankan adanya kontak komunikasi antar semua unit atau individu-individu yang terlibat dalam organisasi dengan pihak lain, sehingga aktivitas kerja yang menjadi tanggungjawabnya dapat terlaksana.<sup>7</sup> Adanya kontak komunikasi dalam organisasi dimaksudkan untuk memperoleh informasi. Tanpa informasi, organisasi tidak akan dapat berjalan. Tanpa komunikasi, informasi tidak mungkin didapatkan.

Komunikasi adalah sebuah tindakan untuk berbagi informasi, gagasan atau pendapat dari setiap partisipan komunikasi yang terlibat di dalamnya, guna mencapai kesamaan makna. Tindak komunikasi tersebut dapat dilakukan dalam beragam konteks, antara lain dalam lingkup organisasi (*organizational communication*). Dalam konteks organisasi, terciptanya pemahaman yang jelas atas peristiwa-peristiwa komunikasi yang terjadi,

---

<sup>6</sup>Kerja adalah sejumlah rangkaian aktivitas jasmani dan rohani yang dilakukan oleh manusia untuk mencapai tujuan tertentu. Lihat Sarwoto, *Dasar-dasar Organisasi dan Manajemen* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1991), hal. 129.

<sup>7</sup>J. Winardi, *Manajemen Perilaku Organisasi*, Jakarta: Kencana, 2007, hal. 120.

memungkinkan tujuan organisasi yang telah ditetapkan dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan. Dengan demikian, komunikasi organisasi adalah "komunikasi antar manusia (*human communication*) yang terjadi dalam konteks organisasi dimana terjadi jaringan-jaringan pesan satu sama lain yang saling bergantung satu dengan lainnya".<sup>8</sup>

Komunikasi yang berlangsung dalam organisasi memiliki keterkaitan dengan hubungan kerja. Aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh anggota organisasi dalam hubungan kerja, secara umum bertujuan untuk:

*Pertama*, meningkatkan hubungan kerja dan kerjasama yang baik antar individu dan antar unit organisasi atau departemen. *Kedua*, mengetahui sedini mungkin masalah-masalah yang timbul dalam pelaksanaan pekerjaan dari masing-masing unit organisasi. *Ketiga*, mengurangi aspek negatif dari timbulnya konflik maupun frustrasi. *Keempat*, mendorong semangat kerja.<sup>9</sup>

Komunikasi dalam organisasi dilakukan untuk saling tukar informasi dan pemindahan arti antar individu sehingga menjadi energi yang dapat digunakan untuk meningkatkan produktivitas maupun pelayanan. Efektivitas komunikasi dalam organisasi dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu saluran komunikasi formal,

---

<sup>8</sup> Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Prenada Media Group, 2008, hal. 274.

<sup>9</sup>Erliana Hasan, *Komunikasi Pemerintahan*, Bandung: Refika Aditama, 2005 hal. 98.

struktur organisasi, spesialisasi jabatan dan pemilikan informasi.<sup>10</sup> Goldhaber mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah. Arni Muhammad memandang definisi ini memiliki tujuh konsep kunci, yaitu: proses, pesan, jaringan, saling tergantung, hubungan, lingkungan, dan ketidak pastian.<sup>11</sup>

Dalam organisasi, ada tiga arus pesan jaringan komunikasi formal, yaitu komunikasi ke bawah (*downward communication*), komunikasi ke atas (*upward communication*), dan komunikasi horizontal (*horizontal communication*).<sup>12</sup> Komunikasi ke bawah maksudnya arus pesan mengalir dari atasan kepada bawahan yang bertujuan untuk memberi pengarahan, informasi, instruksi, nasehat/ saran, ideologi, disiplin, tujuan maupun kebijaksanaan umum organisasi. Komunikasi ke atas maksudnya adalah pesan yang mengalir dari bawahan (tingkat yang paling rendah) kepada atasan (tingkat yang lebih tinggi) dalam organisasi. Tujuan komunikasi ke atas ini antara lain untuk

memberi laporan periodik, meminta penjelasan, saran maupun pengajuan pertanyaan. Komunikasi horizontal adalah pertukaran pesan di antara individu-individu yang sama tingkatannya dalam organisasi. Bentuk komunikasi yang berlangsung pada jaringan komunikasi horizontal ini sifatnya koordinatif, pemecahan masalah, penyelesaian konflik dan saling memberi informasi.

#### D. Kesimpulan

Bobot dan elektabilitas calon anggota legislatif dan Partai Politik ditentukan oleh kemampuannya pihak untuk menggunakan demokrasi, realitas politik dan etika politik. Bobot hubungan menjadi merosot dan tidak langgeng apabila terjadi kemerosotan pemahaman ketiga dasar hubungan itu baik yang dilakukan secara bersama-sama ataupun oleh salah satu dari kedua komponen, yaitu parpol atau partai politik dan calon anggota legislatif. Beberapa hal yang dapat disimpulkan dari uraian penelitian ini adalah:

1. Popularitas Politisi serta Partai Politik dalam pemilu legislatif tahun 2009 untuk tingkat DPRD Kota Padangsidimpuan, relatif tidak memberikan pengaruh terhadap elektabilitas.
2. Perolehan suara Politisi dan Partai Islam di Kota Padangsidimpuan, sebagai gambaran pengaruh popularitas atau setidaknya elektabilitas, memperlihatkan suara yang

---

<sup>10</sup> Raymond V. Lesikar, "A General Semantics Approach to Communication Barriers in Organization", dalam Keith Davis (ed), *Organizational Behavior: A Book of Readings*, New York: McGraw Hill, 1977, hal. 336-337.

<sup>11</sup>Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: Bumi Aksara, 1995, hal. 67.

<sup>12</sup> *Ibid.*, hal. 108.

tidak signifikan. Hal ini terlihat dari 11 anggota DPRD dari Daerah Pemilihan 3 hanya 2 orang yang berasal dari Partai Islam yaitu dari Partai Bintang Reformasi dan Partai Kebangkitan Nasional Ulama, dimana keduanya tidaklah dikenal sebagai politisi muslim.

3. Persepsi masyarakat terhadap popularitas dan perolehan suara Politisi dan Partai Islam di Kota Padangsidimpuan menunjukkan bahwa ada hal lain di luar popularitas yang lebih memberikan pengaruh terhadap elektabilitas.

#### Daftar Kepustakaan

www.id.wikipedia.org, Selasa 30 maret 2010, 09.00 WIB

www.kilasberita.com, Selasa, 30 Maret 2010, 09.29 WIB

Divisi Teknis Penyelenggaraan Komisi Pemilihan Umum Kota Padangsidimpuan, 2009

Anis Chariri, *Kritik Sosial atas Pemakaian Teori dalam Penelitian Pengungkapan Sosial dan Lingkungan*, dalam Jurnal Maksi Volume 8 Nomor 2 Agustus 2008, Semarang: Universitas Diponegoro, 2008

Forum Masyarakat Peduli Parlemen Indonesia, *Lembaga Perwakilan Rakyat di Indonesia, Studi dan Analisis Sebelum dan Setelah Perubahan UUD 1945*, Jakarta, 2005,

Kerja adalah sejumlah rangkaian aktivitas jasmani dan rohani yang dilakukan

oleh manusia untuk mencapai tujuan tertentu. Lihat Sarwoto, *Dasar-dasar Organisasi dan Manajemen*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1991

J. Winardi, *Manajemen Perilaku Organisasi*, Jakarta: Kencana, 2007

Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Prenada Media Group, 2008

Erliana Hasan, *Komunikasi Pemerintahan*, Bandung: Refika Aditama, 2005

Raymond V. Lesikar, "A General Semantics Approach to Communication Barriers in Organization", dalam Keith Davis (ed), *Organizational Behavior: A Book of Readings*, New York: McGraw Hill, 1977

Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: Bumi Aksara, 1995

Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 1993

Jhon Lofland dan Lyon H. Lofland, *Analyzing Social Setting; A Guide to Qualitative Observation an Analysis*, Belmont: Wodsworth Publishing Company, 1984

Clifford Geertz, *Abangan, Santri, dan Priayi dalam Masyarakat Jawa*, Jakarta: Pustaka Jaya, 1983