

# ANALISIS MANAJEMEN ISU PARTAI POLITIK (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF MANAJEMEN ISU TIM PEMENANGAN YURO DALAM PILKADA KARANGANYAR PERIODE 2013-2018)

Laila Aryani, Dian Purworini

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Lailatul1991@yahoo.com

## ABSTRAK

*Manajemen isu salah satu upaya yang dapat digunakan untuk menangani isu salah satunya adalah isu yang menerpa seorang politisi. Isu yang menerpa seorang politisi dapat berupa kampanye hitam atau black campaign. Black campaign biasanya digunakan untuk menyebarkan isu terutama pada waktu mendekati pemilihan umum. Pilkada Karanganyar periode 2013-2018 salah satu pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Juliyatmono dan Rohadi (YURO) diterpa isu. Penelitian dengan metode kualitatif ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana manajemen isu yang dilakukan tim pemenangan YURO dalam Pilkada Karanganyar periode 2013-2018. Untuk menangani isu tim pemenangan pasangan yang diusung oleh koalisi partai Golkar dan PKS ini menangani isu menerapkan lima tahap manajemen isu yaitu mengidentifikasi, menganalisis isu, menentukan pilihan strategi perubahan isu, pemrograman aksi isu, dan melakukan evaluasi.*

*Kata kunci: manajemen isu, isu, black campaign, Pilkada*

## A. PENDAHULUAN

Pemilihan umum langsung pertama kali digelar di Indonesia pada tahun 2004. Pada tahun 2005 barulah pemilihan umum langsung Kepala Daerah di gelar. Dalam pemilihan Kepala Daerah sering juga ditemukan adanya isu yang menyerang pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati. Isu tersebut dapat berupa isu korupsi, penggelapan dana, dan terkait kinerja tokoh politisi sehingga masyarakat berpikir buruk dan tidak bersimpati.

Isu-isu dalam politik yang ditujukan untuk calon Bupati dan Wakil Bupati dapat disebarkan ke masyarakat berupa *black campaign*. Isu yang disebarkan melalui *black campaign* mengenai calon Bupati dan Wakil Bupati dalam gelaran Pilkada juga terjadi di Pilkada Karanganyar.

Salah satu pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati terkena isu yaitu pasangan YURO.

Pasangan yang mengusung beberapa program yaitu 1) pembangunan infrastruktur menyeluruh 2) penciptaan 10.000 wirausaha mandiri 3) pendidikan gratis SD/SMP/SMA dan kesehatan gratis 4) pembangunan desa menjadi pusat pertumbuhan 5) peningkatan kualitas keagamaan, sosial dan budaya, di isukan telah melakukan penggelapan dana bantuan masyarakat (BLM). Isu tersebut disebarkan oleh pihak yang menamakan diri Masyarakat Karanganyar Menggugat (MKM) berupa Selebaran yang menyerang pasangan YURO ini berisi foto Juliyatmono yang disilang dan 2 (dua) potongan berita yang memberitakan bahwa Juliyatmono melakukan penggelapan dana bantuan masyarakat sebesar

30 juta, dan Rohadi dituding telah melakukan penggelapan dana bantuan Masjid

Selain itu ada juga isu larangan mengadakan Yasinan dan Tahlillan apabila YURO terpilih dan ada pula spanduk yang merendahkan pasangan YURO.

Akibat dari tersebarnya isu di wilayah Kabupaten Karanganyar sempat memunculkan rasa ragu dan tidak percaya di benak masyarakat terhadap pasangan YURO. Walaupun terkena isu yang disebar melalui selebaran *black campaign* pasangan YURO berhasil memenangkan Pilkada Karanganyar dengan perolehan suara sebanyak 51,44%. Dari uraian tersebut maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi manajemen isu tim pemenang pasangan YURO dalam Pilkada 2013-2018.

## B. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana strategi manajemen isu tim pemenang pasangan YURO dalam Pilkada Karanganyar periode 2013-2018?

## C. TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Isu

Isu merupakan suatu keadaan ketika ada ketidaksesuaian antara organisasi dengan harapan publik yang apabila diabaikan berdampak merugikan bagi organisasi (Prayudi, 2008:36). Isu dapat berasal dari internal maupun eksternal organisasi. Salah satu jenis isu yang berasal dari luar organisasi adalah berupa *black campaign*. *Black campaign* biasanya berisi isu mengenai politik atau mengenai tokoh politik. *Black campaign* merupakan salah satu cara digunakan oleh politisi terutama pada

masa pemilihan umum guna untuk menyerang dan menjatuhkan lawan politik merupakan metode untuk menjatuhkan lawan politik melalui isu-isu negatif (Budiyono, 2011:184). Menurut Apriatni EP (2011) terdapat cara-cara yang dilakukan untuk melakukan kampanye hitam, antara lain:

- a. Menyudutkan dengan menyebarkan kejelekan atau keburukannya. Biasanya berita yang disebar bohong atau fitnah dengan dikaitkan masalah korupsi, keluarga, dan dimungkinkan mengusung masalah yang terkait dengan upaya yang menghalalkan segala cara demi mendapat kedudukan tertentu di masa lalu.
- b. Menyebarkan gambar baik foto maupun video melalui teknologi komunikasi. Hal ini bertujuan untuk membentuk citra negatif masyarakat terhadap tokoh-tokoh yang bersangkutan.
- c. Menyerang secara langsung lawan politik atau kandidat tertentu, terkait kebijakan-kebijakan politiknya maupun tindakannya secara pribadi, dan dipublikasikan secara luas kepada masyarakat.

### 2. Manajemen Isu

Manajemen isu memiliki beberapa definisi yang dirumuskan oleh para tokoh. Manajemen Isu merupakan proses proaktif dalam mengelola isu-isu, tren atau peristiwa potensial, eksternal dan internal, yang memiliki dampak baik negatif maupun positif terhadap organisasi dan menjadikan isu sebagai peluang

meningkatkan reputasi perusahaan (Prayudi, 2008:42). Dalam manajemen isu menurut Chase mencakup identifikasi isu, analisis isu, pemilihan strategi program perubahan isu, pelaksanaan program, evaluasi (Cutlip,dkk, 2005:16).

**D. METODE PENELITIAN**

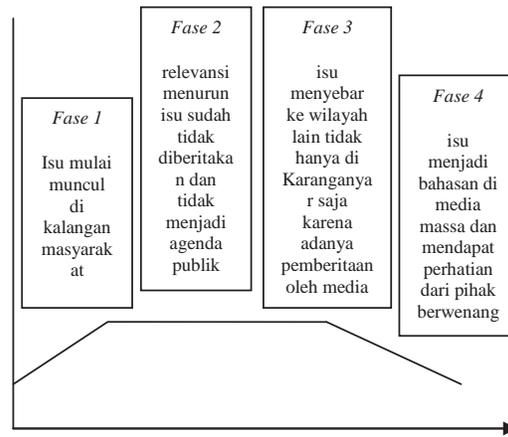
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif merupakan penelitian deskriptif yang bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan objek tertentu (Kriyantono, 2010:69). Penelitian dilakukan di Karanganyar. Dalam pengumpulan data penulis menggunakan beberapa cara yaitu studi dokumen dan wawancara dengan beberapa narasumber yang ditentukan dengan teknik sampling snowball yaitu dengan menemukan seseorang terlebih dahulu (*key informan*) yaitu yang mengetahui tentang isu pasangan YURO yaitu Juliyatmono setelah itu Juliyatmono merekomendasikan orang lain untuk menjadi narasumber yakni Rohadi Widodo, Ketua DPD PKS Karanganyar Syamsul Bachri dan anggota tim pemenangan pasangan YURO Muchlisin. Setelah data-data berhasil penulis peroleh data-data tersebut dianalisis menggunakan model interaktif.

**E. PEMBAHASAN**

**1. Isu dalam Pilkada Karanganyar**

Isu yang menyerang pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati yaitu pasangan Juliyatmono dan Rohadi (YURO) digulirkan ke masyarakat dalam bentuk *black campaign*. *Black campaign* atau kampanye hitam tersebut berupa spanduk, informasi larangan mengadakan Yasinan dan Tahlillan apabila YURO menang dalam Pilkada, dan selebaran yang mengisukan bahwa Juliyatmono dan Rohadi telah

melakukan penggelapan dana Bantuan Langsung Masyarakat (BLM). Isu dalam Pilkada Karanganyar dapat digambarkan melalui model siklus isu *Femers*, *Klewes*, dan *Linteimeire*. Model siklus ini menggambarkan isu menjadi empat tahap yaitu *emergence*, *dissemination*, *estbslishment*, dan *erosion* (Prayudi, 2008:83).



**Fase 1, emergence**

Pada tahap ini isu mulai muncul di kalangan masyarakat di wilayah Kabupaten Karanganyar mendapati selebaran *black campaign*. Selebaran *black campaign* berasal dari pihak yang menamakan diri sebagai Masyarakat Karanganyar Menggugat (MKM) tersebut berisi foto calon Bupati Juliyatmono serta dua potongan pemberitaan bahwa pasangan YURO (Juliyatmono-Rohadi) dituding telah melakukan penggelapan dana BLM. Selain selebaran, *black campaign* lainnya berupa spanduk dan slentingan berupa informasi yang tersebar di masyarakat tentang adanya larangan bagi warga untuk melakukan kegiatan Tahlilan dan Yasinan apabila pasangan YURO terpilih menjadi Bupati dan Wakil bupati Kabupaten Karanganyar. Informasi larangan menyelenggarakan Yasinan dan Tahlillan ini menyebar dari

mulut ke mulut di kalangan masyarakat yang ada di wilayah Karanganyar.

#### Fase 2, *Dissemination*

Pada fase ini isu mulai menyebar ke daerah atau wilayah lain. Pada tahap ini tidak hanya masyarakat Karanganyar yang mengetahui isu tersebut melainkan juga masyarakat yang tinggal di luar daerah wilayah Kabupaten Karanganyar. Penyebaran isu ke wilayah lain tidak lepas dari peran media massa baik media cetak maupun media online seperti *solopos.com* dan *okezone.com*. Sehingga dengan adanya peliputan oleh media baik cetak dengan skala nasional dan media *online* yang bersifat global adanya *black campaign* dapat tersebar luas di wilayah lainnya seperti di Solo, Jogja, Semarang serta daerah lainnya.

#### Fase 3, *Establishment*

Pada tahap ini isu menjadi bahasan di media massa dimana isu diberitakan beberapakali oleh media. Selain menjadi bahasan di media isu yang digulirkan melalui *blackcampaign* ini menjadi sorotan oleh Panwaslu Daerah Karanganyar. Panitia Pengawas Pemilu (Panwaslu) daerah Kabupaten Karanganyar akan bekerjasama dengan pihak berwajib untuk mengusut pelanggaran dalam Pilkada Karanganyar.

#### Fase 4, *Erosion*

Pada tahapan erosi ini isu sudah tidak menjadi agenda di media dan masyarakat. Begitu pula isu dalam selebaran *black campaign* yang menyerang pasangan YURO sudah tidak menjadi agenda pemberitaan di media massa. Bahwa adanya kecurangan berupa *black campaign* dalam pilkada Karanganyar sudah

tidak diberitakan lagi oleh media dan sudah tidak menjadi agenda masyarakat.

## 2. Manajemen Isu Pasangan YURO

Pasangan YURO yang terkena isu berupa *black campaign* menurut Juliyatmono bahwa dalam mengatasi isu yang muncul janganlah bersifat reaktif justru mengelola isu menjadi sesuatu yang lebih efektif yaitu dengan mengklarifikasi isu sekaligus mengkampanyekan program YURO. Tim pemenang YURO dalam menangani isu *black campaign* dalam Pilkada Karanganyar menerapkan model manajemen isu yang dikemukakan Howard Chase (Prayudi, 2008:98), yaitu:

### 1. Identifikasi Isu

Dalam mengidentifikasi isu tim pemenang YURO menggunakan beberapa cara untuk mengetahui isu atau hal-hal yang dapat menjadi sebuah isu yang dapat digunakan bahan untuk *black campaign* yang ditujukan untuk pasangan YURO, antara lain:

#### a) Monitoring pemberitaan

tim pemenang YURO melihat pemberitaan-pemberitaan di media massa salahsatunya surat kabar terkait pemberitaan mengenai pasangan Juliyatmono-Rohadi (YURO) maupun berita mengenai partai.

#### b) *Social media*

Selain memonitoring surat kabar dalam mengidentifikasi isu dapat juga melakukan monitoring *social media* seperti *facebook*, *twitter* dan *blog*.

Selain dari dua cara yang dikemukakan diatas dalam mengidentifikasi

isu atau untuk mengetahui hal-hal yang dapat menjadi sebuah isu dapat juga diketahui melalui rapat atau kegiatan pasangan lainnya. Rapat politik dan kegiatan pasangan lain tidak semuanya dilakukan secara tertutup pasti ada juga rapat atau acara yang diselenggarakan secara terbuka.

## 2. Analisis isu

Tahap ini tim media menentukan jenis serta dari mana isu berasal. Isu dapat berasal dari manapun baik dari internal maupun dari eksternal organisasi. Begitupula *black campaign* yang bertujuan untuk menjatuhkan merupakan isu politik yang berasal dari eksternal atau dari luar kubu pasangan YURO. Dalam Pilkada Karanganyar ini tim pasangan YURO pertama kali mengetahui adanya *black campaign* yang mengisukan pasangan YURO telah melakukan penggelapan dana BLM dari pemberitaan di media massa yaitu salah satu media cetak yang beredar di wilayah Kabupaten Karanganyar.

## 3. Pilihan strategi perubahan isu

Dalam tahap ini merupakan tahapan dimana tim YURO mengambil kebijakan dengan memilih strategi untuk mengatasi atau merespon isu yang muncul. Strategi yang dipilih oleh tim pemenangan pasangan YURO dalam menangani isu ada 2 (dua) strategi, yaitu:

### a) Mengklarifikasi isu

Untuk menangani isu berupa

*black campaign* langkah pertama yang diambil tim pemenangan YURO adalah mengklarifikasi isu. Klarifikasi isu bertujuan agar tidak terjadi pembenaran di kalangan masyarakat terhadap isu.

### b) Mengkampanyekan lima program pasangan YURO.

Selain mengklarifikasi isu tim pemenangan YURO tetap mengkampanyekan program yang dimiliki oleh pasangan YURO.

Tim pemenangan YURO memilih strategi ini karena tim pemenangan pasangan YURO menganggap apa yang dilakukan selama ini sudah benar karena isu yang beredar di masyarakat itu tidak terbukti dan masyarakat juga paham bahwa isu yang tersebar hanyalah sebuah *black campaign* saja.

## 4. Pemrograman aksi isu

Pada tahap ini adalah tahapan tim YURO dapat melaksanakan kebijakan yang telah dipilih. Kebijakan tersebut adalah dengan mengklarifikasi isu dan mengkampanyekan lima program pasangan YURO kepada masyarakat. Dalam mengklarifikasi isu yang muncul tim pemenangan YURO menggunakan beberapa cara antarlain dengan bertemu langsung dengan masyarakat, menggunakan selebaran, menggunakan media massa maupun media sosial.

## 5. Evaluasi hasil

Tahap evaluasi adalah tahap untuk melihat berhasil atau tidaknya kebijakan yang diambil untuk mengatasi isu. Terdapat dua

tahap evaluasi yang dilakukan tim pemenang YURO yaitu tahap *implementation checking* dan *outcome evaluation* (Baskin&Aronoff, 1992:179) dalam (Prayudi, 2008:105). Pada tahap *implementation checking* digunakan survei untuk melihat bagaimana kepercayaan masyarakat terhadap pasangan YURO. Selain dengan menggunakan survei, keberhasilan juga dapat dilihat dari *outcome evaluation* yaitu dengan melihat hasil Pilkada Kabupaten Karanganyar yang dimenangkan oleh pasangan YURO. Melihat keberhasilan Pasangan YURO dalam Pilkada Karanganyar kebijakan yang diambil oleh pasangan ini dinilai berhasil.

## F. KESIMPULAN

Juliyatmono-Rohadi atau sering disebut YURO pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Karanganyar 2013-2018 menjadi sasaran *black campaign* (*kampanye hitam*). *Black campaign* yang menyerang pasangan yang diusung partai Golkar dan PKS ini antara lain spanduk, beredar informasi bahwa pasangan YURO melarang Yasinan dan Tahlillan, dan ada juga selebaran yang berisi pemberitaan yang menuding Pak Juliyatmono dan Pak Rohadi melakukan penggelapan dana bantuan langsung masyarakat (BLM). Selebaran *black campaign* ini berasal dari pihak yang menamakan diri sebagai Masyarakat Karanganyar Menggugat (MKM).

Munculnya *black campaign* memunculkan rasa ragu dan tidak percaya masyarakat terhadap pasangan YURO sehingga masyarakat memandang buruk pasangan ini. Dalam menangani isu yang muncul setidaknya tim

pemenangan YURO telah menerapkan lima tahapan yaitu *pertama* melakukan identifikasi isu, *kedua* menganalisis, *ketiga* menentukan strategi untuk menangani isu yaitu melakukan klarifikasi dan mengkampanyekan atau mensosialisasikan program pasangan YURO *keempat* pelaksanaan kebijakan yang di pilih *kelima* melakukan evaluasi.

## G. SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis setidaknya ada beberapa saran yang ingin penulis sampaikan, yaitu tim pemenang YURO sudah menerapkan tahap-tahap manajemen isu dalam menangani *black campaign* dalam Pilkada Karanganyar 2013-2018. Semoga nantinya apabila terjadi *black campaign* di waktu kedepan pasangan YURO dapat lebih baik lagi. Selain itu pihak berwenang baik KPU maupun Panwaslu dapat lebih berusaha untuk menemukan pihak yang tidak bertanggung jawab yang menyebarkan isu berupa *black campaign*. Masyarakat seharusnya jangan mudah percaya dengan adanya informasi yang belum tentu benar apalagi tidak diketahui dari mana sumber informasi tersebut berasal. Penulis berharap nantinya akan ada penelitian lebih lanjut mengenai isu yang berkaitan dengan politik.

## Persantunan

Atas terselesaikannya penelitian ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dian Purworini, M.M selaku pembimbing I dan Bapak Agus Triyono, S. Sos, M. Si selaku pembimbing II. Terima kasih telah membantu penulis menyelesaikan penelitian ini yang selalu memberi bimbingan terhadap penulis dalam menyusun karya ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Buku Herdiansyah, Haris. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Salemba Humanika: Jakarta
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Public Relations and Crisis Management (Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif)*. Kencana Prenada Media: Jakarta
- Prayudi. 2008. *Manajemen Isu Pendekatan Public Relations*. Pustaka Adipura: Yogyakarta.
- Suharizal. 2011. *PEMILUKADA (Regulasi, Dinamika, dan Konsep Mendatang)*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Internet Budiyo. 2011. *Isu-isu Politik Krusial Dalam Pilkada Sragen 2011 (Studi Kasus Pada Pemberitaan Media online)*. Bunga rampai: Hasil Penelitian dan Pengkajian Teknologi Informasi dan Demokratisasi. BPPKI: Yogyakarta. Diakses pada tanggal 10 November 2013 pukul 06.01 WIB
- E.P, Apriatni. 2011. *Politik Pencitraan dan Pemasaran Politik Etika Dalam Pemasaran Politik*. Forum: Majalah Pengembangan Ilmu Sosial Volume 39. No.1 Februari 2011. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro. Diakses pada tanggal 10 November 2013 pukul 06.28 WIB