

STRATEGI PENANGANAN KRISIS PARTAI DARI PANDANGAN PUBLIK

Heri Budianto

Mahasiswa Kelas Doktoral Universitas Gadjahmada

e-mail: bangheri_budianto@yahoo.com

Abstract, *Parties political crisis with a large magnitude experienced by political parties from 1 to 2 years. Almost all political parties participating in the election both old and new political party crisis which resulted in the organization shocks and the effect of negative votes from the public and the loss of public trust (distrust). This study used two methods of research that is the first stage doing content analysis and discourse analysis, then the next do a survey. This study shows that not all political parties internal party could face a crisis caused by several factors between corruption and the slide of their party cadres in corruption. Then the internal conflict is another factor to the crisis and then breaches of ethics committed cadres of political parties. The decline in public confidence in the political parties is mostly caused by cases of corruption were a betrayal of the public, internal conflicts and violations of the code of conduct. In the face of that situation, political parties must prove with concrete steps to combat corruption pro with firm action against the cadres involved and improve their political performance. Then takes control of the problem and the experience and calmness in managing the crisis so broad impact of the crisis can be controlled.*

Keyword : *political strategy, crisis management, parties*

Abstrak, Politik dengan *magnitude* besar dialami oleh partai politik sejak 1 hingga 2 tahun terakhir. Hampir semua partai-partai politik peserta pemilu baik partai lama maupun partai baru mengalami krisis yang mengakibatkan guncangan organisasi dan efeknya penilaian negatif dari publik dan hilangnya kepercayaan publik (*distrust*). Penelitian ini menggunakan dua metode riset yakni tahap pertama melakukan *Content Analysis dan discourse analysis*, kemudian berikutnya melakukan survey. Penelitian ini menunjukkan bahwa tidak semua partai politik mampu menghadapi krisis internal partainya yang disebabkan oleh beberapa faktor diantara perilaku korupsi dan terseretnya kader partai mereka dalam persoalan korupsi. Kemudian konflik internal menjadi faktor lain terjadinya krisis dan kemudian pelanggaran etika yang dilakukan kader partai politik. Menurunnya kepercayaan publik kepada partai politik lebih banyak disebabkan oleh kasus-kasus korupsi yang merupakan pengkhianatan publik, konflik internal dan pelanggaran kode etik. Dalam menghadapi situasi itu partai politik harus membuktikan dengan langkah nyata pro terhadap pemberantasan korupsi dengan menindak tegas kader-kader yang terlibat serta memperbaiki kinerja politiknya. Kemudian diperlukan penguasaan masalah dan pengalaman serta ketenangan dalam mengelola krisis sehingga luas dampak krisis dapat dikendalikan.

Kata kunci: strategi politik, penanganan krisis, partai politik

PENDAHULUAN

Membangun sistem politik yang dilandasi sistem kepartaian yang kuat adalah sebuah pekerjaan panjang dan melelahkan. Dibutuhkan semangat, kerja keras dan membangun kepercayaan dari tingkat publik

sampai elite untuk mengokohkannya. Saat ini, partai politik yang diharapkan mampu menjadi agregasi kepentingan konstituennya ternyata belum mampu mengartikulasikannya sampai pada tingkat kebijakan di parlemen.

Partai politik terjebak dalam kontestasi perebutan kekuasaan tanpa menghadirkan solusi kesejahteraan. Konstituen sekedar disuguhkan konflik antar partai politik, konflik internal partai politik dan yang paling menegaskan krisis partai politik adalah pengkhianatan partai politik dengan banyaknya kader partai politik bersinggungan dengan kasus korupsi.

Krisis dengan *magnitude* besar yang dialami oleh partai politik mencuat sejak dua tahun terakhir. Hampir semua partai-partai politik peserta pemilu baik partai lama maupun partai baru mengalami krisis yang mengakibatkan guncangan organisasi dan efeknya penilaian negatif dari publik dan hilangnya kepercayaan publik (*distrust*). *Distrust* yang terjadi dalam masyarakat terhadap partai politik berdampak bagi berjalannya proses politik baik dalam pemilu maupun pilkada. Krisis merupakan suatu kondisi dimana partai mengalami suatu permasalahan yang disebabkan oleh berbagai faktor.

Penurunan kepercayaan publik kepada partai politik membawa pengaruh besar terhadap budaya politik terutama pasca reformasi dimana sistem kekuasaan mencari orang beralih menjadi orang mencari kekuasaan. Kontestasi meraih kekuasaan ditampilkan dengan vulgar melalui project politik pencitraan semu dan mengandalkan pragmatisme dalam meraih kekuasaan. Praktik politik transaksional dapat menodai hasil pemilu yang diharapkan menghasilkan Indonesia maju dan beradab.

KAJIAN TEORI

Komunikasi politik, sosialisasi politik, citra politik dapat terealisasi jika mampu mendorong partisipasi politik publik dan keikutsertaan dalam proses penetapan kebijakan publik. Partisipasi politik publik adalah aktivitas politik masyarakat yang terangkum dalam partisipasi masyarakat

terhadap agenda-agenda politik. Kunci proses demokrasi memerlukan keterlibatan publik secara masif dan penuh kerelaan (*the cornerstone of democracy*) dalam Arifin (2011:211).

Sebagai sebuah sistem demokrasi kepercayaan publik harus disalurkan melalui mekanisme kepartian. Dimana masyarakat sebagai konstituen diharuskan memilih wakil-wakilnya dalam partai politik sebagai media “penyambung kepentingan” rakyat dalam penyusunan kebijakan politik. (Huntington dan Nelson ; Delli, 2013; Vergeer, 2012) membedakan antara partisipasi yang bersifat otonom (*autonomous participation*) dan partisipasi yang bersifat mobilisasi (*mobilized participation*). Partisipasi otonom adalah partisipasi publik yang dilakukan secara sukarela atau merupakan potret keberhasilan sosialisasi politik dan komunikasi politik. Sedangkan partisipasi yang dimobilisasi adalah keikutsertaan publik dalam proses politik dengan tanpa sukarela tetapi digerakkan oleh kepentingan berupa partai politik, kandidat maupun tim sukses politik.

Partisipasi publik secara otonom hanya mampu diwujudkan jika publik memiliki tingkat kepercayaan kepada partai politik. Kinerja partai politik selama ini hanya berusaha mengeksploitasi masyarakat untuk kepentingan elite dan golongannya. Seringkali elite menggunakan masyarakat sekedar sebagai alat kepentingan untuk mencapai tujuan politik. Tidak jarang masyarakat kelas bawah harus berada di garis depan berhadap-hadapan tanpa tahu akar permasalahan. Elite politik masih kuasa dalam menentukan konflik, arah dan dinamika politik (Firmanzah 2012: 314).

Mengarahkan massa untuk menjadi massa otonom bukanlah sebuah pekerjaan sederhana. Memerlukan sosialisasi dan komunikasi politik yang massif dan berkelanjutan. Publik seharusnya tidak lagi ditempatkan dalam porsi sebagai pihak

passif melainkan sebagai massa aktif. Berdasarkan teori “*obstinate audience*” khalayak atau massa memiliki “filter konseptual” yang mampu membentengi diri dari stimulus pesan-pesan politik.

Perlu menjadi perhatian komunikator politik dan partai politik agar mendesain ulang tentang mekanisme dan strategi komunikasi politik agar mampu memancing respons khalayak atau massa yang sudah apatis terhadap partai politik. Kegagalan pesan politik dan *marketing* politik berupa produk-produk politik akan membentuk fenomena baru dalam politik yakni massa *defenders* yaitu massa yang menolak terhadap kebijakan rezim yang berkuasa (Maridjan, 2010:132).

Bertumbuhnya pemahaman dan pendidikan politik masyarakat serta meningkatnya kesadaran politik masyarakat membawa perubahan dalam cara pandang masyarakat terhadap politik dan partai politik. Masyarakat tidak mau sekedar ditempatkan sebagai massa pasif yang dimobilisasi atas kepentingan melainkan mendudukkan diri sebagai massa aktif yang turut dalam menentukan arah dan dinamika politik.

Akan tetapi sikap yang ditunjukkan oleh massa aktif merupakan representasi trauma politik berupa ketidakpercayaan terhadap partai politik. Krisis partai politik berupa masalah-masalah yang mendera partai baik berupa gejolak internal maupun kasus yang masuk ranah hukum dan peradilan terutama korupsi dan moralitas telah membuat apatisisme politik. Partai politik perlu menyusun ulang tentang bagaimana membangun komunikasi politik dengan masyarakat untuk meningkatkan kepercayaan dan merebut kembali kepercayaan itu, dan diperlukan tata cara kelola masalah ketika partai dan kader diterpa persoalan sehingga dampak yang ditimbulkan mampu dikontrol. Dan Nimmo (2000:202-205) menyebutkan tiga , teori

umum tentang peran komunikasi dalam Pemilihan Umum yaitu: teori kehendak rakyat, teori kontrol rakyat dan teori dukungan rakyat.

Teori kehendak rakyat memiliki fokus kognisi, dalam hal pemberi suara berorientasi kepada tujuan yang kentara dan tertentu serta memiliki minat aktif terhadap kampanye pemilihan umum dan memiliki pengetahuan yang memadai serta menggunakan suara mereka sebagai alat untuk mencapai tujuan dengan tindakan politik. Teori kontrol rakyat memiliki fokus pada afeksi. Teori ini menekankan bahwa pemberi suara yang berorientasi kepada partai dengan pertimbangan berdasarkan standar kepartaian dan ideologi. Teori dukungan rakyat memiliki fokus pada ekspresif dan bukan instrumental atau evaluatif dan bukan kognisi atau afeksi. Dalam teori ini pemberi suara menyusun citra tentang kandidat atau partai beserta harapannya untuk mengukuhkan kembali kepercayaan kepada rasionalitas fundamental sehingga dapat menentukan kembali tindakan yang sesuai dengan tujuan pada masa mendatang.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, citra diartikan sebagai gambar, rupa, atau gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk. Sebagai kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah stimuli citra dapat digunakan sebagai bahan evaluasi terhadap sesuatu.

Soemirat dan Ardianto (2004) mengatakan bahwa citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah subyek. Efek kognitif dari komunikasi sangat mempengaruhi proses pembentukan citra seseorang. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang. Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita

mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan.

Citra yang ideal adalah kesan yang benar, yakni sepenuhnya berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya. Itu berarti citra tidak seharusnya “dipoles agar lebih indah dari warna aslinya”, karena hal itu justru dapat mengacaukannya (Martin 2008; Seltzer, 2013)

Pencitraan dalam perspektif ilmu komunikasi, khususnya *public relations* merupakan bagian dari pengomunikasian pesan atau simbol yang bisa membentuk gambaran positif tentang komunikator atau sesuatu hal di benak khalayak komunikan.

Dalam dunia politik, pencitraan adalah istilah yang digunakan dalam bentuk aktivitas sosial dan merebut simpati calon pemilih setiap menjelang pemilihan umum. Upaya tersebut dilakukan untuk memperbaiki citra mereka di mata publik/khalayak.

Berkaca dari praktik penggunaan di era kontemporer, dapat dinyatakan bahwa politik pencitraan merupakan kebijakan negara tentang pencitraan. Politik pencitraan merupakan upaya seseorang atau lembaga untuk membangun kesan baik di tengah publik. Sebagai contoh dapat dicermati bagaimana kebijakan komunikasi mengacu pada kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan media dan industri komunikasi, termasuk media cetak, sektor telekomunikasi dan teknologi informasi.

Dalam pandangan Budiharsono (2003; Valentini, 2013), politik komunikasi (pencitraan) merupakan bidang ilmu yang melibatkan unsur-unsur penguasa, kebijakan-kebijakan komunikasi yang berlaku dan lembaga-lembaga pers sebagai pelaku kebijakan tersebut. Dapat dipahami bahwa berbagai kebijakan yang berkaitan dengan sistem komunikasi adalah bagian dari keputusan politik untuk mendayagunakan setiap aspek media dan

teknologi yang ada sebagai wahana pencitraan tentang kebijakan pemerintah.

Dalam politik pencitraan ada pemahaman tentang kebijakan yang membentuk cara atau panduan dalam melakukan komunikasi atau mencitrakan keberpihakan tertentu kepada masyarakat. ***pencitraan politik*** dapat dipahami sebagai pencitraan yang dilakukan untuk kepentingan politik. Misalnya menjadi anggota legislatif atau Pencitraan politik memiliki keterbatasan ibarat gelembung sabun yang mudah pecah, sebagaimana karir dan karakter dalam politik juga sangat mudah untuk hancur.

Humas politik menjadi ‘service industry’ yang memfasilitasi komunikasi politik di antara partai politik, kandidat dan publik, mendesain dan memproduksi publisitas dan propaganda, mencari dana, memberi nasehat dalam kebijakan dan presentasi dan poling opini publik, singkatnya bisa disebut sebagai ‘manajer panggung dan penulis kreatif dari teater politik yang hidup’ (McNair, 1999:128; Saffer, 2013).

Krisis citra dapat terjadi kapan saja pada perusahaan, lembaga pemerintah, tokoh, organisasi dan partai politik. Umumnya terjadi pada waktu yang tidak diharapkan/tidak bisa diprediksi, dalam situasi beragam dan dengan bentuk yang juga bermacam-macam.

Proses krisis, Banyak krisis disebabkan oleh keputusan manajemen atau pimpinan puncak organisasi. Perencanaan krisis lebih penting dari pada hasil dokumen perencanaan. Bertahan di kala krisis lebih bergantung pada relasi yang telah dibangun.

Pada umumnya, krisis dilihat sebagai suatu situasi atau kejadian yang lebih banyak mempunyai implikasi negatif pada organisasi daripada sebaliknya. Krisis pada dasarnya adalah sebuah situasi yang tak terduga, artinya organisasi umumnya tidak dapat menduga bahwa akan muncul situasi

yang dapat mengancam keberadaannya. Sebagai ancaman, krisis harus ditangani secara cepat agar organisasi dapat berjalan normal kembali.

Bagi Susanto (2009), sebuah krisis adalah peristiwa besar yang tak terduga yang secara potensial berdampak negatif terhadap baik perusahaan maupun publik. Peristiwa ini mungkin secara cukup berarti merusak organisasi, karyawan, produk dan jasa yang dihasilkan organisasi, kondisi keuangan dan reputasi perusahaan.

Dalam kamus *Webster*, krisis didefinisikan sebagai “suatu titik balik untuk menuju keadaan lebih baik atau lebih buruk”. Jadi dari suatu situasi ini, perusahaan dapat menjadi lebih baik atau lebih buruk. Contoh perusahaan yang menjadi lebih baik setelah krisis adalah *Johnson & Johnson* yang berhasil mengatasi kasus racun sianida dalam *Tylenol*, salah satu produk obat sakit kepala unggulannya sehingga reputasi perusahaannya justru terangkat.

Steven Fink, pakar dan konsultan krisis dari Amerika Serikat mengembangkan konsep anatomi krisis menggunakan terminologi kedokteran yang biasa dipakai untuk melihat stadium suatu krisis yang menyerang manusia. Empat tahap perkembangannya adalah sebagai berikut (Kasali, 2003: 225-230): (1) Tahap Prodromal: Krisis pada tahap ini sering dilupakan orang karena perusahaan masih bisa bergerak dengan lincah. Padahal pada tahap ini, bukan pada tahap krisis sudah kronis (meledak), krisis sudah mulai muncul. Tahap prodromal sering disebut pula *warning stage* karena ia memberi sirene tanda bahaya mengenai simptom-simptom yang harus segera diatasi. Tahap ini juga merupakan bagian dari turning point. Bila manajemen gagal mengartikan atau menangkap sinyal ini. (2) Tahap Akut: Meski bukan di sini awal mula krisis, orang menganggap suatu krisis dimulai dari sini

karena gejala yang samar-samar atau sama sekali tidak jelas itu mulai kelihatan jelas. Dalam banyak hal, krisis yang akut sering disebut sebagai *the point of no return*. Artinya, sekali sinyal-sinyal yang muncul pada tahap peringatan (prodromal) tidak digubris, ia akan masuk ke tahap akut dan tidak bisa kembali lagi. Kerusakan sudah mulai bermunculan, reaksi mulai berdatangan, isu menyebar luas. (3) Tahap Kronik: Organisasi masih merasakan dampak dari krisis yang terjadi dan terkadang dampak ini bisa lebih lama dari krisis itu sendiri. Tahap ini disebut sebagai tahap recovery atau *self analysis*. Di dalam perusahaan, tahap ini ditandai dengan perubahan struktural. (4) Tahap Resolusi: Tahap ini adalah tahap penyembuhan (pulih kembali) dan tahap terakhir dari 4 tahap krisis. Meski bencana besar dianggap sudah berlalu, tetap perlu berhati-hati, karena riset dalam kasus-kasus krisis menunjukkan bahwa krisis tidak akan berhenti begitu saja pada tahap ini.

Masing-masing tahap itu saling berhubungan dan membentuk siklus yang akan membawa kembali pada keadaan semula (prodromal).

Manajemen Krisis, Apakah sebuah krisis akan menjadikan organisasi menjadi lebih baik atau lebih buruk sangat tergantung pada bagaimana pihak manajemen mempersepsi dan kemudian merespon situasi tersebut atau sangat tergantung pada pandangan, sikap dan tindakan yang diambil terhadap krisis tersebut. Sebuah krisis mungkin dapat ditangani dengan segera dengan melibatkan sedikit orang, tetapi krisis lain mungkin harus ditangani dengan mengerahkan sebagian besar sumber daya yang dimiliki organisasi.

Oleh karena itu dibutuhkan manajemen krisis. Proses ini merupakan pendekatan kapasitas untuk memahami, mengerahkan, mengkoordinasikan, dan

menjadikan satu semua strategi dan fungsi kebijakan, serta semua keahlian hubungan dengan publik atau keahlian *public relations*, menjadi sebuah pemahaman yang obyektif: berisikan partisipasi dalam membentuk kebijakan publik yang dapat berpengaruh terhadap masa depan masing-masing individu bahkan perusahaan atau institusional (Seitel, 2004: 491).

Rhenal Kasali juga mengungkapkan bahwa Manajemen Krisis adalah proses cepat yang digunakan untuk membantu perusahaan dalam mengenali gejala krisis dari awal dan membangun sistem untuk mencegah terjadinya kerusakan, kerugian dan hilangnya nama baik (2003: 243).

Adapun langkah pengendalian krisis antara lain (1) Mengidentifikasi Krisis. Langkah ini merupakan penetapan untuk mengetahui (mengidentifikasi) suatu masalah krisis. Ini penting untuk melihat secara jelas faktor penyebab (*factfinding*) timbulnya krisis. Mengidentifikasi suatu faktor penyebab terjadinya krisis berfungsi untuk mengetahui, apakah *public relations* atau perusahaan dapat menangani krisis yang terjadi itu segera atau tidak. Seperti seorang dokter mendiagnosis suatu penyakit pada pasiennya, untuk mengetahui apakah bisa disembuhkan, dikurangi penyakitnya atau sama sekali tidak bisa disembuhkan. (2) Menganalisis Krisis Mungkin perlu pengembangan dalam menggunakan formula 5W + 1H untuk mengungkapkan dan menganalisis secara mendalam sistematis, informatif dan deskriptif krisis yang terjadi melalui suatu laporan yang mendalam (*in-depth reporting*). Pada saat prakrisis atau masa akut krisis, bisa dianalisis melalui beberapa pertanyaan yang diajukan untuk menetapkan penanggulangan suatu krisis, yakni apa penyebab terjadinya krisis itu, kenapa krisis itu bisa terjadi, dimana dan kapan krisis tersebut mulai, sejauh mana krisis tersebut berkembang, bagaimana krisis itu terjadi,

dan siapa-siapa yang mampu mengatasi krisis tersebut, apa perlu dibentuk suatu tim penanggulangan krisis. Pertanyaan-pertanyaan tersebut di atas adalah untuk menganalisis penyebab, mengapa dan bagaimana, sejauh mana perkembangan krisis itu terjadi, di mana mulai terjadi hingga siapa-siapa personel yang mampu diajak untuk mengatasi krisis tersebut. Langkah-langkah apa yang dapat diambil untuk mengatasinya melalui analisis lapangan secara logis, informatif dan deskriptif. (3) Mengatasi dan Menanggulangi Krisis. Dalam hal ini perlu untuk mengetahui bagaimana dan siapa-siapa personel yang mampu diikutsertakan dalam suatu tim penanggulangan krisis. Mengatasi krisis dalam jangka pendek sudah disebutkan di atas, maka dalam jangka panjang, yaitu untuk selanjutnya bagaimana krisis tersebut tidak berkembang dan dicegah agar tidak terulang lagi di masa mendatang. (5) Mengevaluasi Krisis. Tindakan terakhir adalah mengevaluasi krisis yang terjadi. Tujuannya adalah untuk melihat sejauh mana perkembangan krisis itu di dalam masyarakat. Apakah perkembangan krisis tersebut berjalan cukup lamban atau cepat, meningkat secara kuantitas maupun kualitas serta bagaimana jenis dan bentuk krisis yang terjadi.

Prinsip menghadapi krisis dapat dibedakan menjadi empat yaitu: (1) Prinsip relasional : Organisasi bisa bertahan lebih dalam kondisi krisis ketika telah membangun hubungan yang baik dengan stakeholders. (2) Prinsip akuntabilitas: Organisasi harus bertanggung jawab terhadap krisis sekalipun bukan tanggung jawabnya. (3) Prinsip keterbukaan : Semasa krisis organisasi perlu menyampaikan informasi dan masalah yang dihadapi. (4) Prinsip Komunikasi Simetris: Semasa krisis organisasi harus mempertimbangkan kepentingan publik sejajar dengan kepentingan organisasi

Adapun langkah menangani krisis menurut Paul Argenti, et.al., *The Power of Corporate Communication: Crafting Voice and Image of Your Business* yaitu: (1) Temukan masalah yang sebenarnya. (2) Yakini Anda memiliki seluruh informasi relevan yang diperlukan, (3) Fokuskan komunikasi pada topik masalah. Libatkan tim Anda (*corporate communications*, legal, dan pihak yang berkaitan dengan krisis) untuk bersama menanggulangi krisis. (4) Komunikasikan dengan segera dan sering. Kemukakan secara transparan apa yang telah Anda ketahui dan yang belum diketahui. (5) Perhatikan apa yang menarik bagi media. Upayakan menyediakan informasi yang relevan bagi media sesegera mungkin. Lengkapi dengan foto-foto atau grafik yang diperlukan. (6) Buka komunikasi dengan pihak-pihak berkepentingan: pelanggan, karyawan, pemegang saham, pemerintah, YLK, dan media. (7) Sambil menangani krisis, jika mungkin bisnis Anda tetap berjalan. dan (8) Susun rencana untuk menghindari kemungkinan krisis di masa mendatang. Diskusikan segala hal yang bisa menjadi pencetus krisis dan bagaimana mengelolanya.

METODE

Penelitian ini menggunakan dua metode riset yakni tahap pertama melakukan *Content Analysis* terhadap 15 media nasional yang terdiri dari 5 media cetak (Kompas, Republika, Koran Sindo, Koran Tempo dan Media Indonesia), 5 stasiun televisi nasional (Metro TV, TV ONE, Berita Satu, Kompas TV dan RCTI) dan 5 media online (detik.com, viva.co.id, kompas.com, okezone.com, merdeka.com) untuk mendapatkan nama-nama partai politik yang paling mendapatkan sorotan pemberitaan terkait krisis partai yang

dihadapi oleh partai politik (Valkenburg, 2013).

Tahap kedua penelitian dilakukan dengan *Discourse Analysis Method* dengan tujuan untuk mengetahui isu/wacana apa saja yang menyebabkan krisis suatu partai politik. Kedua, melihat upaya penanganan krisis yang dilakukan oleh partai politik tersebut.

Selanjutnya peneliti juga melakukan survey di 15 Kota Besar yakni: Jakarta, Bandung, Banten, Semarang, Jogjakarta, Surabaya, Bali, Medan, Pekanbaru, Palembang, Balikpapan, Pontianak, Makassar, Manado, Ambon guna mendapatkan jawaban persepsi publik tentang partai politik.

Penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* dengan penentuan responden berdasarkan kriteria tertentu yakni tingkat pendidikan minimal SMA/SMU sederajat dan pengetahuan mengenai isu politik. Responden dalam penelitian ini sebanyak 1000 responden. Sedangkan survey dilakukan dalam rentang mulai 20 Januari 2014 - 3 Februari 2014 .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian. Kondisi di Indonesia, ketidak-sempurnaan pertumbuhan elemen demokrasi dan politik membuat demokrasi hanya praktik prosedural dan cenderung diwarnai oleh kepentingan elit politik. Hal ini diperparah dengan kultur koruptif yang secara historis mewarnai dinamika kekuasaan di Indonesia, sehingga membuat demokrasi tak lebih dari kepanjangan tangan kapitalisme dan perebutan uang. Praktis, demokrasi di Indonesia saat ini sangat diwarnai oleh *money politics*, citra, dan komodifikasi.

Partai-partai politik di Indonesia menjadi salah satu penyebab utama dari runtuhnya sistem demokrasi parlementer di Indonesia. Dimulai pada masa kabinet

pertama Ali Sastroamidjojo (Juli 1953-Juli 1955), kemudian kabinet yang dipimpin Burhanuddin Harahap (Agustus 1955-Maret 1956), dan terakhir kabinet kedua Ali Sastroamidjojo (Maret 1956-Maret 1957).

Seperti yang ditulis Herbert Feith (1962), Daniel Lev (1966), dan John Legge (1972), proses dari penurunan kepercayaan terhadap partai politik dimulai pada kurun waktu 1949, kemudian secara de facto dengan keadaan darurat militer pada awal 1957 tentara nasional Indonesia secara politik berperan signifikan, hingga akhirnya secara resmi menjadi demokrasi terpimpin pada pertengahan 1959.

Kurang lebih selama 10 tahun partai politik pada waktu itu tidak dapat memelihara kepercayaan konstituennya, terutama setelah pemilihan umum pada 1955 telah berlangsung secara baik dan mencederai ekspektasi bahwa pemerintah yang dibentuk unsur-unsur partai politik dapat mewujudkan mandatnya untuk menyediakan lapangan pekerjaan, serta mendirikan fasilitas kesehatan dan pendidikan yang layak pada masyarakat luas. Saat ini partai politik Indonesia generasi Era Reformasi telah berdiri rata-rata lebih dari 10 tahun.

Tentu saja penyelenggaraan pemilihan umum yang berlangsung relatif lancar sejak 1999 perlu diapresiasi sebagai instrumen demokrasi dan seharusnya sistem demokrasi Indonesia sudah harus lebih terkonsolidasi dengan partai politik menjadi aktor politik utamanya. Bisa dikatakan parlemen (dikenal dengan DPR) dan partai politik Indonesia saat ini dari segi otoritas mempunyai peranan yang sama atau bahkan lebih dari partai politik pada 1950-an.

Tidak dapat dimungkiri bahwa kelahiran demokrasi di Indonesia membawa cerita yang tidak selalu manis. Namun demikian, keterbukaan politik yang dirasakan belakangan ini, pertumbuhan *civil society*, dan kebebasan media telah menjadi

warna tersendiri dalam demokrasi di Indonesia (Arifin, 2011a: 2). Persoalannya, apakah warna itu merupakan warna natural ataukah warna adaptasi hasil impor dari negara lain yang secara historis-kultural berbeda dengan negeri ini?

Satu hal yang pasti, dalam konteks demokrasi kontemporer, nuansa komodifikasi kian terasa kental ketika secara global, ternyata Amerika “mengambil keuntungan” dengan demokratisasi yang tengah berlangsung di negara-negara berkembang. Pasalnya ada kecenderungan negara-negara yang merangkul demokrasi menjadi pasar konsumen yang kuat bagi Amerika (Canton, 2010: 437). Meski dikemas dalam konsep kepentingan kolaboratif, kepentingan ekonomi Amerika Serikat jauh lebih mengemuka.

Bagaimanapun demokrasi memang sebuah fenomena yang berkelanjutan. Masa depan demokrasi adalah proses yang tiada henti; elemen-elemen demokrasi akan muncul dan berkembang dalam berbagai tingkatan dan tahapan dengan tingkat kecepatan yang berbeda-beda di setiap negara.

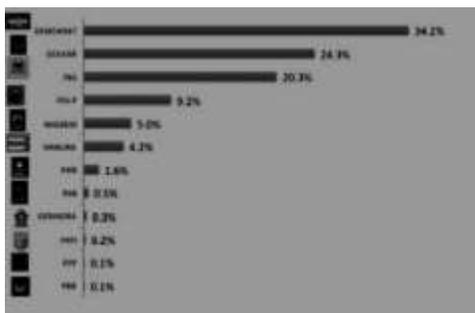
Cita-cita untuk membangun sistem politik yang dilandasi sistem kepartaian yang kuat ternyata memang tidak seperti membalik telapak tangan. Kondisi partai politik yang diharapkan dapat menjadi agregasi bagi kepentingan konstituennya ternyata belum sepenuhnya mampu mendengar suara nurani mereka. Tidak heran kalau suara kaum yang tak tersuarakan benar-benar semakin tidak bersuara.

Krisis partai politik, Hasil penelitian menggunakan content analisis menunjukkan terlihat pada bagan 1 dibawah ini. Krisis partai politik yang terjadi menjelang Pemilu 2014 tidak luput dari pemberitaan media massa. Sebagai kekuatan salah satu pilar demokrasi, media massa memotret dan membingkai krisis partai politik dalam *magnitude* yang beragam. Melihat potensi

krisis partai politik yang diawali dengan melakukan *content analysis* pada 15 media nasional akan didapatkan data awal yang menunjukkan sebuah potensi krisis yang mengancam kepercayaan publik terhadap partai politik.

Dari sisi intensitas kemunculan berita partai Demokrat menjadi partai yang paling sering diberitakan mengalami krisis prosentase sebesar 34,2% . hal itu dikarenakan banyaknya kasus korupsi yang melilit kader-kadernya. Kasus yang mendera Demokrat menjadi lebih menarik karena dalam pemberitaan media massa menyeret-nyeret beberapa pejabat negara. Selain itu polemik dan permasalahan internal partai juga menjadi daya tarik pemberitaan media terhadap partai demokrat.

Gambar 1. Prosentase Pemberitaan Krisis Partai Politik Di Media Massa



Partai Golkar menyusul dengan intensitas pemberitaan sebesar 34,2%, hal itu dikarenakan kasus yang serupa dengan Demokrat yakni kasus korupsi yang berujung pada hukum dan pengadilan yang menerpa kader-kadernya. Akan tetapi dari sisi penanganan masalah Golkar mampu membangun langkah yang tepat sehingga pengendalian sebaran dampak masalah dapat dikendalikan.

Berbeda dengan PKS yang menduduki peringkat ketiga dengan 20,3% tingkat intensitas pemberitaan media meskipun cuma satu kasus yang menimpa kadernya. Hal ini dikarenakan kemampuan

pengendalian masalah dan penyusunan langkah komunikasi partai kepada masyarakat melalui media tidak berjalan dengan efektif. Sehingga kasus yang terjadi disikapi dengan tidak tepat justru melahirkan polemik yang sangat panjang. PDIP dan Partai Nasional Demokrat menempati urutan selanjutnya dengan 9,2% dan 5,0%. Media melihat masalah internal partai dan dinamika politik internal tidak mendapatkan penanganan yang baik sehingga menimbulkan banyak polemik yang berujung pada krisis partai.

Partai-partai politik akhir-akhir ini juga banyak dikritik karena tidak optimal dalam melakukan pengkaderan di internal partai, sehingga rawan terjadinya transaksional. Selain itu, parpol juga banyak dikritik karena enggan menunjukkan kesungguhannya dalam menciptakan tradisi demokrasi politik internal yang baik serta oligarkhi.

Reaksi dan Strategi Parpol dalam Menghadapi Krisis, Dalam menyikapi krisis yang menimpa, masing-masing partai politik memiliki cara-cara yang berbeda baik dalam memberikan reaksi maupun dalam strategi penanganan krisis. Secara keseluruhan terdapat tiga kategori bagaimana partai politik memberikan reaksi dan strategi yaitu: (1) Proaktif, yakni dengan mengambil langkah yang tepat ketika krisis terjadi. Nasdem dan Hanura merupakan dua partai yang masuk kategori didalamnya. (2) Adaptif, yakni cenderung melihat situasi ketika terjadi krisis. Partai Golkar dan PDI Perjuangan masuk dalam kategori ini. (3) Reaktif, yakni mengambil langkah yang tidak tepat ketika terjadi krisis. Partai Demokrat dan PKS berada dalam kategori ketiga.

Tolok ukur dalam memasukkan partai ke dalam kategori diatas adalah berdasarkan *discourse analysis*. Dari pemberitaan media massa terlihat bahwa partai-partai politik berupaya menghadapi masalah dan

menyelesaikan masalah yang dialami partainya. Penanganan masalah yang tepat dan cepat serta tidak menimbulkan dampak yang luas dan berkepanjangan dinilai sebagai langkah yang efektif.

Dalam bagan 2, terdapat data yang menggambarkan bagaimana partai politik menangani krisis dan faktor penentu yang memberikan pembeda dalam menyelesaikan krisis.

Partai Nasdem dan Partai Hanura merupakan partai politik yang bersikap Proaktif yakni mampu mengambil langkah tepat ketika terjadi krisis. Faktor kedua partai ini adalah Partai Nasdem sangat ditentukan oleh ketokohan Surya Paloh dalam meredam gejolak politik di internal, kemudian Nasdem termasuk partai yang mampu melakukan konsolidasi organisasi secara cepat. Manajemen partai yang kokoh dan solid memastikan penanganan masalah mendapatkan perhatian khusus sehingga tidak memunculkan gejolak yang berkepanjangan. Ketokohan Surya Paloh dalam Partai Nasdem memang memiliki posisi yang strategis dalam pengelolaan krisis.

Gambar 2 Strategi Partai Politik dalam Menangani krisis

STRATEGI PROAKTIF	FAKTOR PENENTU
<ul style="list-style-type: none"> Partai Nasdem Partai Hanura 	<ul style="list-style-type: none"> Ketokohan Manajemen Partai Politik Ketokohan Ketokohan dalam pengambilan keputusan
STRATEGI ADAPTIF	FAKTOR PENENTU
<ul style="list-style-type: none"> Partai Demokrat Partai PKS 	<ul style="list-style-type: none"> Manajemen Partai Politik Manajemen Partai Politik Manajemen Partai Politik Manajemen Partai Politik
STRATEGI REAKTIF	FAKTOR PENENTU
<ul style="list-style-type: none"> Partai Demokrat Partai PKS 	<ul style="list-style-type: none"> Manajemen Partai Politik Manajemen Partai Politik Manajemen Partai Politik Manajemen Partai Politik

Sementara itu Partai Hanura juga sangat kuat mengandalkan ketokohan yakni Wiranto dalam mengatasi krisis. Selain itu Partai Hanura mampu bersikap tegas dengan langsung menonaktifkan kader yang terseret kasus korupsi. Kedua partai mampu

mengelola konflik yang terjadi dengan cepat dan tepat tanpa banyak menimbulkan polemik.

Kemudian partai politik yang adaptif yakni cenderung melihat situasi ketika terjadi krisis yakni Partai Golkar dan PDIP. Partai Golkar mengandalkan manajemen isu dalam menghadapi krisis yakni dengan melakukan *counter* isu seragam yang dimainkan elit politiknya. Demikian juga dengan PDIP yang memainkan pengelolaan isu yang sama dengan Golkar melakukan *Counter* yang sama oleh elite partai. Namun PDIP juga sangat mengandalkan ketokohan Megawati Soekarno Putri dalam mengatasi krisis parpol.

Efektifitas *counter* *issu* yang dilakukan Golkar dan PDIP terletak pada konsistensi *statement* elite partai dalam menyikapi kasus, dan tidak semua elite partai mengeluarkan *statement* melainkan hanya elite tertentu yang ditunjuk oleh partai untuk menjadi juru bicara di depan media. Strategi satu pintu atau dengan jubah terbatas membatasi adanya polemik internal karena perbedaan *statement* antar elite. Media dan masyarakat juga mendapatkan informasi yang jelas dan tegas tentang bagaimana sikap partai terhadap masalah yang tengah dihadapi.

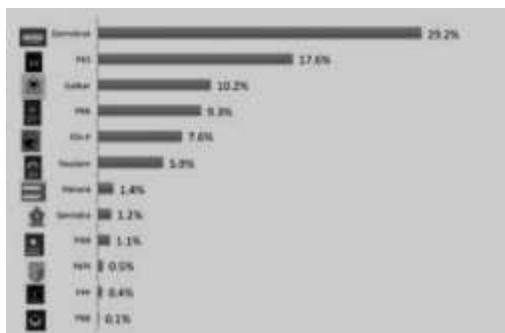
Partai politik yang bersikap Reaktif yakni partai politik yang mengambil langkah tidak tepat ketika terjadi krisis adalah Partai Demokrat dan PKS. Partai Demokrat melakukan hal-hal tidak terkontrol dalam pengelolaan isu dan juga elite partai melakukan *counter* isu yang tidak seragam dalam menyatakan pendapatnya. Berbeda dengan partai Golkar dan PDIP, elite PKS dan Demokrat justru melakukan *blunder* dengan *statement* beragam yang dikeluarkan oleh elite. Hal tersebut memicu polemik internal yang berkepanjangan serta berdampak pada informasi yang masuk ke publik bahwa terjadi gesekan kepentingan internal partai.

Sementara itu PKS dalam menghadapi krisis melakukan *counter* dengan *discourse* yang menyatakan bahwa PKS merupakan “korban politik” dan “dizhalimi”. Serta manajemen pengelolaan krisis yang sangat bergantung kepada mekanisme partai. Pada awal kasus yang menimpa elite PKS mencoba membangun opini publik dengan mengatakan bahwa apa yang menimpa mereka adalah sebuah skenario konspirasi zionis dan konspirasi musuh-musuh dakwah. Mereka menggunakan *defense strategy* dengan menempatkan diri sebagai korban dan pihak yang terdhalimi.

Seiring dengan perjalanan kasus sikap politik elite PKS terhadap kasus tersebut berubah-ubah. Setelah melakukan *defense strategy* dengan menempatkan diri sebagai pihak yang dizhalimi, mereka berubah sikap dengan mendukung kinerja KPK dan mendorong kasus untuk segera diselesaikan. Dan sikap yang terakhir presiden PKS Anis Matta menyeru kepada seluruh kader untuk minta maaf kepada masyarakat sebagai sebuah upaya menarik simpati publik.

Hasil penelitian yang menunjukkan persepsi publik terhadap krisis partai politik terlihat pada bagan dibawah

Gambar 3 Persepsi Publik Tentang Partai Politik



Berdasarkan matriks diatas terlihat bahwa persepsi publik tentang partai politik yang mengalami krisis. Mayoritas responden

menempatkan partai Demokrat pada urutan pertama dengan 29,2%, diikuti oleh PKS dengan 17,6%, Partai Golkar dengan 10,2%, PKB dengan 9,3% dan pada urutan kelima PDIP dengan 7,6%.

Demokrat dinilai masyarakat mengalami krisis karena banyaknya kasus yang mendera baik konflik internal maupun kasus korupsi. *Content analysis* dari 15 media massa nasional menyajikan data yang serupa mengenai posisi partai politik yang dinilai sedang mengalami krisis. Dapat diasumsikan bahwa kekuatan media sebagai penyebar informasi mampu membentuk opini publik.

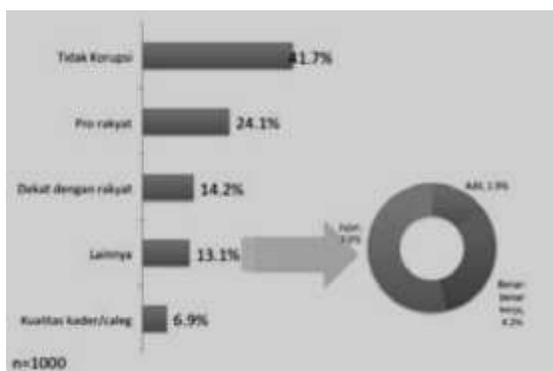
Partai Demokrat yang paling banyak diberitakan mengenai krisis yakni persentase 34,2 persen. Hal tersebut dikarenakan kasus korupsi yang menimpa para kader Demokrat.

Kemudian disusul oleh partai Golkar dengan 24,3 persen karena kasus yang hampir serupa yakni korupsi. PKS dengan 20,3 persen juga banyaknya pemberitaan kasus korupsi dan kemudian PDIP 9,2 persen lalu Nasdem 5 persen dikarenakan konflik internal. Dengan adanya survei tersebut menunjukkan tingkat kepercayaan publik terhadap partai politik menurun.

Penilaian publik mengenai banyaknya partai yang mengalami krisis dikarenakan berbagai macam faktor. Faktor korupsi kader mendominasi pendapat publik dengan 73,2%, kemudian adanya konflik internal yang terjadi dalam tubuh partai sebanyak 10,8%, Faktor lain-lain sebanyak 8,9% dan Pelanggaran etika sebanyak 7,0%. Berikut adalah matriks yang menggambarkan faktor-faktor yang membuat partai politik kehilangan kepercayaan publik:

Korupsi masih menjadi faktor paling dominan yang mampu meruntuhkan kepercayaan publik kepada partai politik. Masih adakah partai politik yang bebas dari korupsi? Ironis jika kemudian publik menghukum partai politik dengan

melakukan aksi *golput*. Selain meruntuhkan bangunan demokrasi juga meruntuhkan tatanan kenegaraan yang membutuhkan peran publik dalam partisipasi politik. Lebih jauh kekhawatiran yang ditimbulkan dari meluasnya *distrust politics* adalah lahirnya pemilih transaksional yaitu individu-individu yang mengambil keputusan dari sejumlah opsi berdasarkan transaksi berupa hadiah atau fasilitas (Arifin 2011: 224-225).
 Gambar 4 Penyebab Krisis Partai Politik



Konflik internal partai dan manajemen partai dalam mengelola kader yang duduk di parlemen dan jabatan publik mendapat sorotan tajam masyarakat. Kemampuan partai mengelola dinamika politik internal sehingga tidak terdengar nyaring keluar perlu ditingkatkan. Faktor ketokohan dan wibawa pemimpin partai dinilai mampu mengatasi persoalan tersebut. Kemudian manajemen partai dalam mengawasi kinerja kader duduk di parlemen dan jabatan publik yang melanggar kode etik dan “malas” harus mampu menekan mereka agar lebih kontributif. Mekanisme partai harus lebih tegas menghukum kader yang terbukti bermasalah.

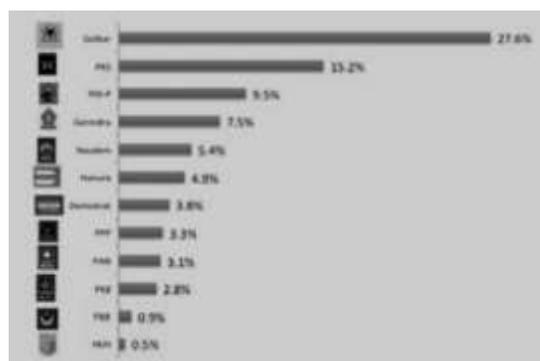
Idealnya, partai dibentuk untuk bisa menjadi penyalur aspirasi dan mengagregasikan berbagai kepentingan masyarakat. Selain itu, partai juga diharapkan melahirkan elite-elite baru, atau tokoh baru dalam pentas politik nasional, sebagai wujud regenerasi kepemimpinan.

Kenyataannya, kesibukan partai untuk menciptakan elite baru dan merebut kepemimpinan ini menjadi sangat dominan.

Tingginya angka penilaian publik tentang krisis partai politik menjelang pemilu 2014 menyebabkan tingkat kepercayaan publik kepada Partai Politik menurun. Mayoritas responden sudah tidak percaya dengan partai politik dengan angka 58,2%, tingkat kepercayaan publik pada partai politik hanya berada pada angka 26,3%, dan sisanya 15,5% menyatakan tidak tahu.

Individu tidak memiliki loyalitas terhadap suatu partai karena pilihan politik hanya didasarkan pada “politik uang” (*money politics*) yang berlangsung dalam “pasar gelap” politik. Meskipun pada akhirnya hukum juga tidak mampu memaksa individu untuk datang dan memilih karena pada dasarnya tidak memilih adalah sebuah keputusan politik. Keputusan tidak berpolitik adalah sebuah keputusan politik.

Gambar 5 Kepercayaan terhadap Partai politik



Ditengah keterpurukan partai politik pada tingkat kepercayaan publik, mayoritas responden memberikan penilaian pada partai politik yang mampu mengatasi masalah krisis yang menimpa. Partai Golkar dinilai paling mampu mengatasi krisis dengan 27,6%, diikuti oleh PKS dengan 15,2 %, PDIP memperoleh suara 9,5%, Gerindra

7,5% dan pada urutan kelima ditempati partai Nasdem dengan 5,4%.

Partai Golkar dengan segudang pengalaman politiknya dinilai paling mampu dan paling siap menghadapi masalah yang datang. Bagi Golkar masalah-masalah politik bukan lagi menjadi masalah melainkan sebuah dinamika politik. Pengalaman selama bertahun-tahun menjadi partai penguasa membuat mereka mampu bertahan menghadapi *magnitude* krisis yang mendera. Kesiapan sistem dan manajerial partai serta soliditas kader menjadi kunci keberhasilan Golkar mengelola potensi masalah.

Berbeda dengan Golkar, PKS dinilai mampu mengatasi krisis dan mampu bangkit dengan memenangkan berbagai pilkada setelah kasus besar yang menimpa mantan presidennya. Militansi kader dan kepercayaan kader kepada *qiyadah* (elite) disebut sebagai faktor yang mendukung PKS dalam mengatasi krisis.

Adapun faktor yang mampu mengembalikan kepercayaan publik kepada partai politik adalah konsistensi kader dan partai politik untuk tidak melakukan korupsi dengan 41,7%, pro dengan rakyat 24,1%, faktor kedekatan dengan rakyat berada pada posisi ketiga dengan 14,2% suara, pada urutan keempat alasan lain-lain dengan 13,1% dan kualitas kader atau caleg dengan 6,9%. Responden menyatakan bahwa kader dan parpol harus memiliki kedekatan dengan Tuhan, mampu mewujudkan janji-janji politik, tidak menjadikan rakyat sebagai kedok politik semata.

Secara umum, faktor yang dianggap publik mampu mengembalikan kepercayaan terhadap partai politik adalah tidak melakukan korupsi (41,7), pro rakyat (24,1), dekat dengan rakyat (14,2), kualitas kader (6,9), dan lain-lain (13,1). Responden menyatakan bahwa kader dan parpol harus memiliki kedekatan Tuhan, mampu mewujudkan janji-janji politik, serta tidak

menjadikan rakyat sebagai komoditas politik semata.

Fokus penting lainnya adalah korupsi yang telah merongrong sistem politik selama bertahun-tahun. Sementara tak ada yang bisa membantah bahwa korupsi yang telah menjadi bagian kehidupan politik di Indonesia merupakan pengiring demokrasi yang kehadirannya tak terelakkan, perlu dipikirkan apakah kondisi partai politik sekarang ini adalah bagian dari persoalan itu.

Gambar 6 Perbandingan Strategi Partai Politik



Pembahasan. Dalam menyikapi krisis yang dialami, masing-masing partai politik memiliki cara-cara yang berbeda baik dalam memberikan reaksi maupun dalam strategi penanganan krisis tersebut. Pertama proaktif yakni dengan mengambil langkah tepat ketika krisis terjadi partai Nasdem dan partai Hanura termasuk kategori ini. Kedua adaptif, yakni cenderung melihat situasi ketika terjadi krisis. Partai Golkar dan PDIP masuk kategori ini. Sedangkan yang ketiga reaktif, yakni mengambil langkah yang tidak tepat ketika terjadi krisis. Partai Demokrat dan PKS berada dalam kategori reaktif.

Selain itu, Golkar dan PDIP mampu melakukan proses adaptif sehingga meraih kepercayaan masyarakat, sedangkan PKS meski dianggap memiliki krisis yang besar namun mampu mengembalikan kepercayaan publik.

Ditengah keterpurukan dan krisis yang dialami oleh partai politik beberapa partai

politik masih mendapatkan nilai kepercayaan publik bahwa mereka mampu menyikapi krisis yang terjadi dengan cara-cara yang tepat. Partai Golkar merebut mayoritas suara responden mengungguli partai lainnya dengan pendekatan adaptif dalam menyelesaikan krisis yang menerpa. PKS menempati urutan kedua dalam kepercayaan publik meski pendekatan yang digunakan adalah cara-cara reaktif dalam menyelesaikan konflik dan krisis yang terjadi. Dengan pendekatan adaptif PDIP mampu merebut keparcayan publik dengan berada pada urutan ketiga. Selanjutnya Nasdem dan Hanura yang menggunakan pendekatan proaktif mampu merebut kepercayaan publik bahwa mereka mampu menyelesaikan krisis yang terjadi.

Situasi ketidakpercayaan terhadap partai politik di Indonesia saat ini tidak bisa dibiarkan secara terus menerus. Terlepas dari berbagai kelemahan yang ada, partai politik merupakan institusi politik yang penting optimal dalam mekanisme demokrasi guna menyalurkan aspirasi masyarakat dibandingkan alternatif lain dari sistem politik yang ada.

Oleh karena itu, ini menjadi pekerjaan rumah dari elite politik Indonesia, terutama pimpinan partai politik untuk terus memperbaiki institusi partai politik baik pada aspek peraturan dan perundang-undangan maupun dari segi organisasi dan manajemennya.

Masalah pendanaan partai, rekrutmen kader berkualitas dan berintegritas, serta pembangunan institusi partai yang modern dengan platform kebijakan publik berpihak pada kepentingan umum merupakan agenda utama dari perbaikan partai politik.

PENUTUP

Simpulan, Dari paparan diatas dapat disimpulkan secara sederhana sebagai berikut: Krisis partai politik yang memiliki *magnitude* semakin besar dalam dua tahun

terakhir ini membawa perubahan signifikan pada tingkat kepercayaan publik terhadap partai politik dan produk politik partai tersebut.

Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan munculnya krisis partai politik yakni kasus korupsi yang melibatkan kader dan elite partai politik, terjadinya konflik internal dan pelanggaran etika yang dilakukan kader partai politik.

Partai politik perlu melakukan design ulang dan menyusun strategy dalam menangani krisis partai politiknya dan menemukan cara komunikasi politik yang baik.

Menurunnya kepercayaan publik kepada partai politik lebih banyak disebabkan oleh kasus-kasus korupsi yang merupakan pengkhianatan publik, konflik internal dan pelanggaran kode etik.

Saran, disarankan Partai politik harus membuktikan dengan langkah nyata pro terhadap pemberantasan korupsi dengan menindak tegas kader-kader yang terlibat serta memperbaiki kinerja politiknya.

Sebuah partai politik harus mampu mengatasi krisis yang dialami organisasi tersebut dengan cepat dan efektif untuk mengurangi risiko yang lebih membahayakan masa depan organisasi tersebut. Diperlukan pula individu-individu yang cepat tanggap terhadap krisis yang terjadi di dalam organisasi dan memiliki kemampuan untuk menyelesaikan krisis.

Krisis harus dijadikan pengalaman yang berguna juga untuk bahan evaluasi agar ke depan lebih siap menghadapi krisis dimasa yang akan datang. Hal itu merupakan bagian dari manajemen konflik yang mengandung arti, menata rasa tertekan dan frustrasi, mencari informasi dan hal-hal baru yang tidak diketahui sebelum konflik terjadi, memperoleh perspektif baru dari kekeliruan sudut pandang para pelaku konflik, menentukan keputusan dan pemecahan masalah dengan lebih baik,

meningkatkan keakraban para anggota kelompok organisasi dan menghargai perbedaan yang ditemukan dalam konflik dan mengatasinya melalui suatu proses sinergitas untuk meningkatkan kekuatan organisasi atau kelompok. Oleh karena itu, diperlukan penguasaan masalah dan pengalaman serta ketenangan dalam mengelola krisis sehingga luas dampak krisis dapat dikendalikan.

DAFTAR RUJUKAN

- Arifin, Anwar. (2011) *Komunikasi Politik, filsafat, paradigma, teori, tujuan, strategi, dan komunikasi politik indonesia*. Yogyakarta. Graha Ilmu
- Asshiddiqie, Jimly. (2006) *Pengantar Ilmu Hukum Tata Negara – Jilid II*. Jakarta : Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia.
- Delli, Michael X . (2013) An Engagement with Jeffrey Jones: Toward a New Vocabulary for Political Communications. *International Journal of Communications* (7, 507-509).
- Gregory, Anne. (2004) *Perencanaan dan Manajemen Kampanye Public Relations*. Terjemahan Dewi Damayanti, S.S., M.Sc. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Firmanzah. (2012) *Marketing politik Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta. Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Kasali, Rhenald. (2003) *Manajemen Public Relations : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT. Pusaka Utama Grafiti.
- Nimmo, Dan. (2000) *Komunikasi Politik (khalayak dan efek)*. Bandung. Remadja Rosdakarya
- Marijan. Kacung. (2011) *Sistem Politik Indonesia konsolidasi Demokrasi Pasca Orde-Baru*. Jakarta. Kencana
- Martin , Lanny W. (2008) Coalition Government and Political Communication. *Political Research Quartely* (Volume 61 Number 3, 502-516). from <http://prq.sagepub.com/content/15/1/18>
- Rilis *Survey Political Communication Institute* (PolcoMM Institute), Februari 2014.
- Saffer, Adam J, Maureen Taylor and Aimei Yang. (2013) Political Public Relations in Advocacy: Building Online Influence and Social Capital. *Public Relations Journal* (Vol 7 No 4 ISSN 1942-4604, 1-35).
- Seltzer, Trent, Weiwu Zhang, Sherice Gearhart and Lexie Conduff. (2013) Sources of Citizens Experiential and Reputational Relationships with Political Parties. *Public Relations Journal* (Vol 7 No 4 ISSN 1942-4604, 1-35).
- Valentini, Chiara. (2013) Political Public Relations in the European Union: EU Reputation and Relationship Management Under Scrutiny. *Public Relations Journal* (Vol 7 No 4 ISSN 1942-4604, 1-22).
- Valkenburg, Patti M and Jochen Peter. (2013) Communications Research Paradigms : Five Challenges for the future of Media-Effect. *International Journal of Communication* (7, 198-207).
- Vergeer, Maurice and Liesbeth Hermans. (2012) Web campaigning in the 2009 European Parliament elections: A cross-national comparative analysis. *New Media & Society Journal* (15 (I) , 128-148).