

# Komunikasi Politik Terbuka Partai : Pelaporan Dana Kampanye PKS Jawa Barat pada Pemilu 2019

Neni Nur Hayati<sup>1</sup>, Ninis Agustini Damayani<sup>2</sup>, Centurion Chandratama Priyatna<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Padjadjaran, [neni20001@mail.unpad.ac.id](mailto:neni20001@mail.unpad.ac.id)

<sup>2</sup>Universitas Padjadjaran, [ninis.agustini@unpad.ac.id](mailto:ninis.agustini@unpad.ac.id)

<sup>3</sup>Universitas Padjadjaran, [centurion.privatna@unpad.ac.id](mailto:centurion.privatna@unpad.ac.id)

## Abstract

*One of challenges brought by information transparency era is political communication. This study aims at revealing political communication strategy adopted by Partai Keadilan Sejahtera (PKS) of West Java, especially related to their efforts to build culture of transparency and accountability, especially related to political party funds during 2019 general election. This research employs qualitative descriptive methods with a case study. Informants are identified through a purposive sampling method. This research showed that in realizing information transparency and accountability, there are at least six elements involved. Those are: analysis of campaign fund report, transparency as a constitutional mandate and public rights, political communication channels and strategies, political practice in transparency of campaign fund report, and possible barriers to implement a culture of transparency and accountability. Having analyzed the case of PKS, it can be summarized that PKS's case can be taken as a model which should be followed by other political parties in order to: a) open wider space for voters' participation; and b) build a healthy party system in order to achieve a fair and free election.*

**Keywords:** *political communication, openness, campaign finance, general election*

## Abstrak

Komunikasi politik partai di era keterbukaan informasi menjadi sebuah tantangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi politik PKS Jawa Barat dalam membangun budaya transparansi serta akuntabilitas keuangan partai politik pada pelaporan dana kampanye. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan strategi komunikasi politik PKS Jawa Barat dalam membangun budaya transparansi dan akuntabilitas pelaporan dana kampanye Pemilu 2019 setidaknya mencakup 6 hal yakni analisis laporan dana kampanye PKS, transparansi sebagai amanat konstitusi dan hak publik, saluran dan strategi komunikasi politik, budaya politik dalam transparansi pelaporan dana kampanye, hambatan, serta pengembangan sistem dana kampanye (Sidakam). Budaya transparansi dan akuntabilitas dalam pelaporan dana kampanye khususnya di Jawa Barat dapat diikuti oleh partai politik lainnya untuk membuka ruang partisipasi pemilih secara luas serta membangun sistem kepartaian yang sehat demi pemilihan berintegritas.

**Kata Kunci :** komunikasi politik, keterbukaan, dana kampanye, pemilihan umum

## 1. Pendahuluan

Transparansi partai politik di era keterbukaan informasi seperti saat ini merupakan perwujudan dari demokratisasi komunikasi dalam menciptakan masyarakat informatif yang berkeadilan. Sesuai dengan amanat Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2011 Tentang Partai Politik, selain sebagai sarana komunikasi politik, sosialisasi, partisipasi politik rakyat serta edukasi, partai politik juga memiliki kewajiban untuk melakukan laporan keuangan dalam rangka pertanggungjawaban atas penerimaan dan pengeluaran yang bersumber dari APBN dan APBD. Lebih lanjut, dalam pasal 39 menyatakan bahwa pengelolaan keuangan partai politik haruslah dilakukan dengan transparan dan akuntabel.

Setidaknya, terdapat dua hal pemetaan yang harus dilakukan oleh partai politik. *Pertama*, partai politik dapat membentuk sikap dan perilaku yang sistemik atau terpola sehingga mampu mewujudkan budaya politik yang mendukung nilai-nilai dasar sistem demokrasi. Partai politik harus memiliki sistem rekrutmen dan seleksi yang memadai untuk pengembangan sistem dalam menciptakan perkaderan dan kepemimpinan politik yang kuat di internal partai melalui sikap dan perilaku

yang sudah terpola. *Kedua*, fungsi partai politik haruslah dapat berjalan maksimal baik fungsi terhadap rakyat maupun fungsi terhadap negara melalui rekrutmen calon yang efektif, perkaderan, pendidikan politik, edukasi dan sosialisasi untuk menghasilkan calon pemimpin bangsa yang memiliki integritas dan kualitas yang mumpuni di bidang politik.

Proses demokrasi tidak mungkin tanpa kehadiran partai politik. Kehadiran partai politik dalam suatu negara demokrasi adalah prasyarat yang utama. Partai politik menjadi kekuatan yang penting dalam sistem demokrasi karena dapat melahirkan kader baik pemimpin bangsa. Sehingga, keterlibatan partai politik dalam pemilihan umum adalah sebuah keniscayaan. Oleh karenanya, agar partai politik dapat menjalankan fungsi dan perannya sesuai dengan yang tertera dalam undang-undang, ikut serta dalam kontestasi pemilihan diperlukan sebuah dana (keuangan). Tujuan dari penggunaan dana pada pemilu untuk menciptakan sistem kepartaian yang kompetitif yang adil dan setara antar peserta pemilu, menyediakan bantuan riset pada partai politik serta memelihara aktivitas organisasi dalam pemilu (Surbakti, 1984).

Corak ideologi yang dimiliki oleh partai politik menjadi akan sangat menentukan kepercayaan konstituen apakah partai tersebut layak dipilih atau tidak. Apalagi di Indonesia dengan adanya sistem multipartai, maka muncul keinginan masyarakat untuk bisa mengaktualisasikan kebutuhannya akan semakin lebih luas lagi. Partai politik didorong agar mampu mewujudkan komunikasi politik dan kompetisi yang sehat (*free and fair election*) serta cara yang beretika untuk mendapatkan legitimasi politik dalam pemilihan umum. Agregasi dan artikulasi dari kepentingan sosial partai politik memiliki tanggungjawab terhadap konstituen.

Dalam jurnal yang ditulis oleh Barbara Pfetsch dan Katrin Voltmer (2012) hasil penelitiannya menyebut aspek formal regulasi dalam membangun dimensi budaya yang ditransformasikan pada komunikasi publik sangatlah diperlukan. Sebab, dapat mempengaruhi perilaku komunikasi politik. Warisan budaya politik Bulgaria seperti komunisme patrimonial serta budaya klientelisme komunikasi politik yang memunculkan polarisasi iklim politik mengakibatkan ideologi demokrasi semakin tergerus

(Kitschelt, 1999) . Maka, perlu membangun budaya komunikasi politik dengan menghadirkan politik gagasan (Voltmer, 2012). Penelitian lain yang dilakukan oleh John G. McClellan (2020) juga menyebutkan bahwa sebuah organisasi yang menjadi konstruksi sosial, komunikasi dikenal sebagai metode yang menciptakan, memelihara dan mengubah tatanan organisasi. Namun, budaya dan identifikasi organisasi kerap kali bergantung pada perspektif klasik tanpa banyak perhatian pada kekuasaan dan penggunaan politik bahasa. (McClellan, 2020). Di Indonesia sendiri, pernah dilakukan penelitian mengenai budaya komunikasi politik transparan partai politik. Hasilnya, partai politik sebagai lembaga publik belum sepenuhnya terbuka sehingga menyebabkan rendahnya partisipasi masyarakat.

Proses untuk dapat menciptakan budaya transparansi dan akuntabilitas keuangan partai politik telah tertuang dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum mengenai aturan dana kampanye. Partai Politik, calon anggota legislatif dan calon pejabat eksekutif diharuskan bersikap terbuka, transparan dan akuntabel dalam pengelolaan dana

kampanye. Prinsip tersebut akan sangat menentukan penyelenggaraan pemilu yang berintegritas dan berkeadilan. Prinsip akuntabilitas dimaksudkan agar peserta pemilu, dalam hal ini adalah partai politik, memiliki tanggungjawab pada laporan dana kampanye berupa penerimaan dan pengeluaran yang rasional, sesuai etika dan tidak melanggar peraturan perundang-undangan yang telah ditetapkan. Dana kampanye merupakan salah satu dari sekian banyak tahapan yang dinilai paling krusial dalam tahapan pemilihan umum (Surbakti, 1984).

Namun, hingga saat ini prinsip transparansi dan akuntabilitas dana kampanye dalam pemilihan umum masih belum sepenuhnya dapat dilakukan baik itu di pemilihan presiden dan wakil presiden, pemilihan legislatif, maupun di pemilihan kepala daerah (pilkada) serentak. Setidaknya, hal ini dipicu oleh beberapa faktor diantaranya masih lemahnya penegakan regulasi, keterbatasan regulasi dan belum menguatnya *political will* di antara pemangku kepentingan.

“Kurangnya transparansi dan akuntabilitas kemudian berdampak pada ketidaksetaraan antar peserta pemilu dan semakin meningkatnya biaya politik

serta inefisiensi anggaran dalam penyelenggaraan pemilu” (Ketua Badan Pengawas Pemilihan Umum Jawa Barat, 5 Juni 2020).

Jawa Barat merupakan salah satu provinsi dengan jumlah pemilih terbesar, yakni sekitar 33.276.905 orang (KPU Jabar, 2019). Sementara itu, berdasarkan Surat Keputusan Komisi Pemilihan Umum Jawa Barat tentang Penetapan Daftar Calon Tetap (DCT) Anggota DPRD Provinsi Jawa Barat sejumlah 1.586 dari 16 partai politik yang tersebar di 15 daerah pemilihan (dapil). Hasil pemantauan lembaga Democracy and Electoral Empowerment Partnership (DEEP) menganalisis dari seluruh partai politik yang melaporkan dana kampanye pada Pemilu 2019, partai yang paling rapi dalam melakukan pelaporan dana kampanye yang sesuai dengan aturan perundang-undangan yakni Partai Keadilan Sosial (PKS). Selain itu, merujuk hasil wawancara dengan Bawaslu Provinsi Jawa Barat, juga menyampaikan hal yang senada.

“Memang yang paling rapih pelaporan itu adalah Partai Keadilan Sejahtera” (Ketua Bawaslu Jawa Barat, 5 Juni 2020).

Atas dasar hal tersebut, peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi komunikasi politik dalam membangun budaya transparansi serta akuntabilitas keuangan pada pelaporan dana kampanye pemilu 2019 di PKS Jawa Barat.

## **2. Kajian Pustaka dan Kerangka Pemikiran**

### **2.1. Komunikasi Politik**

Sama halnya seperti sistem politik lainnya, komunikasi politik, menjadi bagian yang tidak bisa terpisahkan dari kehidupan politik di Indonesia, khususnya dalam praktik kehidupan berbangsa dan bernegara. Dalam kampanye pemilihan umum, kerap kali kita temukan para kandidat ataupun tokoh publik lainnya mengutarakan beragam pernyataan, pendapat serta berbagai macam pesan yang disampaikan melalui kegiatan kampanye untuk mendapatkan simpati publik dengan meyakinkan bahwa yang disampaikan adalah bentuk mengutamakan kepentingan masyarakat. Hal tersebut merupakan salah satu bentuk yang real dan konkrit dari kegiatan komunikasi politik dimana para tokoh politik bertindak selaku

komunikator politik dan masyarakat bertindak sebagai komunikan. Adapun saluran komunikasi yang digunakan bisa berbentuk baliho, spanduk, media massa, pertemuan tertutup, pertemuan terbatas, kampanye rapat umum ataupun pertemuan tatap muka lainnya.

Komunikasi politik di Indonesia digambarkan dinamis, oleh karena itu berimplikasi pada komunikasi politik itu tidak selamanya secara kesengajaan (Mulyana, 2001). Namun, tentu saja komunikasi politik tidak hanya dalam bentuk retorika belaka, tetapi juga hal lain yang meliputi symbol-simbol seperti bahasa tubuh atau tindakan politik lainnya misalnya unjuk rasa atau demonstrasi, kritik dan boikot (Cangara, 2004). Dengan demikian, komunikasi politik dapat ditafsirkan sebagai proses pembentukan lambang dan simbol yang mengandung pesan politik dari individu, kelompok, atau lembaga kepada orang lain yang dapat membuka cakrawala, cara pandang, sehingga dapat membentuk tindakan individu tertentu seperti yang direncanakan.

Oleh karenanya, komunikasi politik memiliki konsekuensi secara logis dan dapat berimplikasi pada aktivitas atau kegiatan politik. Komunikasi politik adalah bentuk komunikasi politik yang

dapat dideskripsikan sebagai proses komunikasi massa dan unsur-unsur yang ada di dalamnya memiliki dampak signifikan terhadap perilaku politik. Dalam hal ini komunikasi politik dapat diartikan sebagai pertukaran pesan atau simbol yang sampai pada level tertentu dipengaruhi atau mempengaruhi terhadap berfungsinya sistem partai politik (Arifin, 1988).

Sisi lain, komunikasi politik juga dapat menekan partisipasi politik. Maka tidak heran ketika manuver-manuver politik yang sering keluar dari sejumlah elit dan aktor politik pada umumnya, pada gilirannya acapkali memiliki implikasi nyata pada pembentukan perilaku individu dan kelompok yang terlibat dalam proses tersebut. Pesan yang disampaikan akan menjadi rujukan penting dalam menentukan segala bentuk tindakan, baik itu yang bersifat formal maupun informal khususnya yang berkaitan dengan aktivitas politik. Komunikasi politik dapat disebut sebagai kumpulan kajian yang sudah lama ada, seperti opini publik (*public opinion*), agitasi politik, retorika politik serta propaganda politik, sehingga komunikasi politik adalah kajian yang berkaitan erat dengan politik (Arifin, 1988).

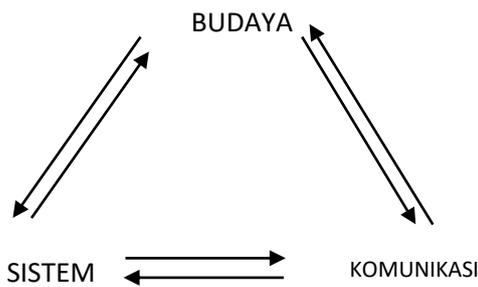
### **Budaya Komunikasi Politik dan Transparansi**

Budaya dan komunikasi merupakan dua sisi mata uang yang tidak bisa dipisahkan. Komunikasi adalah budaya, dan budaya adalah komunikasi. Budaya tidak mungkin tercipta tanpa adanya proses komunikasi. Begitupun sebaliknya, komunikasi juga tidak akan terbentuk tanpa ada keterlibatan budaya di dalamnya. Penelitian ini, tentu akan menunjukkan bagaimana komunikasi politik di Partai Keadilan Sejahtera Jawa Barat mampu membentuk budaya politik yang sehat dengan adanya transparansi. Dalam budaya politik, pembahasannya akan mencakup masalah-masalah legitimasi, proses pembuatan kebijakan pemerintah, pengaturan kekuasaan, kegiatan partai-partai politik, sikap aparatur pemerintah, serta gejala-gejala masyarakat terhadap kekuasaan yang memerintah.

Seseorang mendapatkan kepercayaan mengenai sikap dan perilaku yang dapat diterima, itu semua bergantung pada seperti apa relasi yang dibangun dalam budaya politik tersebut dengan sistem kepartaian (Sjamsuddin, 1993). Dalam konsep kebudayaan dan komunikasi, komunikasi politik itu sendiri juga pada dasarnya dipengaruhi

dan menjadi bagian dari budaya politik suatu masyarakat (Muhtadi, 2004). Sikap paternalistik dalam berpolitik dapat berdampak pada budaya komunikasi politik menjadi tidak inklusif, disebabkan ketidakmauan masyarakat untuk menyinggung perasaan orang yang dianggap berpengaruh dan kharismatik. Hal tersebut dapat dideskripsikan dalam bentuk gambar sebagai berikut:

**Gambar 1. Budaya Politik**



Sumber : Muhtadi (2004)

Budaya komunikasi politik pada kehidupan berbangsa dan bernegara di Indonesia berkaitan dengan propaganda, agitasi, dan kampanye. Ada tiga bagian orientasi individu pada sistem politik. Pertama, Orientasi kognitif yakni bagaimana seseorang mengetahui hak dan kewajiban sebagai warga negara di dalam konstitusi, dengan mengetahui aktivitas partai politik, tata cara pemilihan umum, tindakan pemimpin

melalui pemberitaan massa. Orientasi kognitif ini tentu tidak bersifat tidak tetap. Wawasan setiap individu pasti akan bertambah atau menurun seiring dengan pengaruh yang ada di lingkungan sekitarnya. Kedua, orientasi afektif, yakni bagaimana individu dapat diperlakukan secara adil dan setara di partai politik. Tidak ada tindakan yang menguntungkan atau merugikan individu lain. Adanya kebutuhan untuk diperhatikan oleh pimpinan politik. Sehingga, kebijakan yang diusung haruslah memenuhi keadilan seluruh individu yang terlibat didalamnya. Ketiga, orientasi evaluatif, yakni mixed antara orientasi kognitif dan afektif di dalam bentuk keputusan/tindakan. Sebagai contoh, apabila partai politik dalam pemilu menyuarakan hal yang menjadi kebutuhan rakyatnya, maka sudah tentu akan dipilih di bilik suara. Termasuk ketika politisi melakukan hal yang tidak baik, maka akan memiliki konsekuensi terhadap bentuk keputusan individu, apakah layak dipilih atau tidak. Orientasi evaluatif ini muncul akibat adanya pengaruh dari orientasi kognitif dan afektif.

### 3. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivis, yakni paradigma yang digunakan dalam penelitian kualitatif yang menempatkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas, fenomena atau ilmu pengetahuan yang bersifat konstruktivis. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode studi kasus. Studi kasus merupakan elaborasi suatu sistem yang memiliki keterikatan dalam suatu kasus/beragam kasus dari zaman ke zaman melalui wawancara atau pengumpulan data secara mendalam serta melibatkan berbagai sumber informasi yang ada dalam suatu konteks (Creswell, 1998). Sistem terikat ini diikat oleh waktu dan tempat sedangkan kasus dapat dikaji dari suatu program, peristiwa, aktivitas atau suatu individu.

Peneliti berusaha untuk mengumpulkan, menyusun, dan menginterpretasikan data serta melakukan Analisa terhadap objek yang akan diteliti. Peneliti juga berupaya untuk menggali bagaimana strategi komunikasi politik dalam membangun budaya transparansi serta akuntabilitas keuangan partai politik melalui

pendekatan kualitatif, yang bertujuan untuk mengamati, mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasi data. Adapun dalam penentuan informan dilakukan dengan teknik purposive. Informan berjumlah 6 orang meliputi Ketua PKS Jawa Barat, Ketua Bawaslu Provinsi Jawa Barat, Anggota KPU Provinsi Jawa Barat, Lembaga Pemantau DEEP Indonesia, Perwakilan Calon Legislatif dari PKS. Hal ini dilakukan oleh peneliti agar mendapatkan gambaran jelas mengenai komunikasi politik dalam membangun budaya transparansi dan akuntabilitas keuangan partai politik.

Adapun pengumpulan data dilakukan dengan observasi melalui pengawasan pemilu, hasil pemantauan lembaga pemantau, wawancara mendalam, dokumentasi, arsip dan studi pustaka. Pengumpulan data ini dilakukan untuk memberikan kemudahan pada penyusunan penelitian ini. Proses analisis dapat dilakukan semenjak data dikumpulkan. Pengolahan dan analisa data ini dilakukan dengan tetap mengacu pada teori-teori ilmu komunikasi yang relevan dan diakhir ada penarikan kesimpulan dan disertai dengan saran yang dapat ditindaklanjuti oleh peneliti

selanjutnya dan menjadi masukan untuk partai politik.

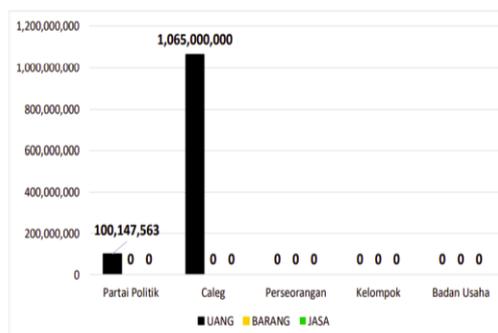
#### 4. Hasil dan Pembahasan

Dalam Pasal 1 ayat (20) Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 24 Tahun 2018 tentang Dana Kampanye Pemilihan Umum menyatakan bahwa dana kampanye didefinisikan sejumlah biaya berupa uang, barang, dan jasa yang digunakan Peserta Pemilu untuk membiayai kegiatan Kampanye. Adapun dalam laporan dana kampanye tersebut memuat Rekening Khusus Dana Kampanye (RKDK), Laporan Awal Dana Kampanye (LADK), Laporan Sumbangan Penerimaan Dana Kampanye (LPSDK) dan Laporan Pengeluaran Penerimaan Dana Kampanye (LPPDK). Laporan dana kampanye Pemilu 2019 yang diserahkan oleh PKS Jawa Barat kepada KPU Provinsi Jawa Barat telah sesuai dengan ketentuan aturan Perundang-Undangan. Dalam LADK PKS menyerahkan pada tanggal 23 September 2018 Pukul 11.02 WIB yang telah memuat laporan Jumlah Penerimaan dan Pengeluaran Partai. Selanjutnya, dalam LPSDK, PKS menjadi partai pertama yang menyerahkan pada tanggal 2 Januari 2019 Pukul 08.30 WIB. Untuk LPPDK, PKS juga menjadi partai yang pertama

menyerahkan pada 25 April 2019 pukul 08.30 WIB.

Merujuk hasil pengawasan Bawaslu Provinsi Jawa Barat dalam menjalankan amanatnya sesuai dengan UU Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, dalam RKDK Partai Kesejahteraan Sosial melaporkan nomor rekening 1000107273 dengan nama bank Mega Syariah yang memuat saldo awal Rp 100.147.563,00, pemilik rekening atas nama DR. H.Nur Supriyanto, MM H.Qurtifa Wijaya, S.Ag. Hasil penelusuran LPSDK untuk PKS yakni sejumlah Rp 100.147.563.00 sumbangan partai politik dan Rp 1.065.000.000,00 jumlah sumbangan caleg. Sementara untuk LPPDK sejumlah Rp 1.165.147.563,00. Secara total laporan dana kampanye PKS pada Pemilu 2019 dapat digambarkan dalam grafik sebagai berikut :

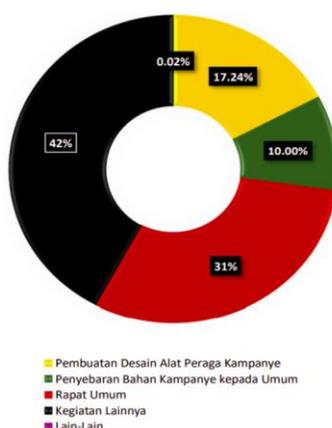
**Gambar 2. Laporan Dana Kampanye PKS Jawa Barat pada Pemilu 2019**



Sumber : Hasil Pengawasan Bawaslu  
Jabar (2019)

Terdapat adanya Caleg yang menyumbang Dana Kampanye sebanyak 22 orang dalam bentuk uang dengan angka masing-masing kurang dari 500 juta, terdapat 91 orang tidak menyumbang Dana Kampanye. Semua Caleg menyertakan NPWP pada dokumen LPPDK 7 (Abdullah, 2020). Pengeluaran Dana Kampanye PKS didominasi oleh biaya Kampanye dalam bentuk lainnya (42,14%), Rapat Umum (30,60%), Pembuatan Desain Alat Peraga Kampanye (17,24%) dan Penyebaran Bahan Kampanye kepada Umum (10%). Dalam audit dana kampanye PKS dinyatakan patuh.

**Gambar 3. Pengeluaran Dana Kampanye**



Sumber : Hasil Pengawasan Bawaslu Jabar  
Tahun 2019

Melihat laporan PKS yang demikian transparan serta akuntabel, perlu kiranya menggali lebih mendalam mengenai strategi komunikasi politik yang dilakukan sehingga dapat membangun budaya transparansi khususnya dalam pelaporan dana kampanye Pemilu 2019 di Jawa Barat.

**A. Transparansi Sebagai Amanat Konstitusi dan Hak Publik**

Pasal 28 F amandemen kedua UUD 1945 menyatakan bahwa setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengelola, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia.

Selain itu, menjadi sebuah keharusan juga dalam UU Nomor 14 Tahun 2008 agar partai politik melaporkan laporan keuangan secara transparan dan akuntabel. Saat diwawancarai, Ketua DPW PKS Jawa Barat menyadari bahwa amanat dari konstitusi menjadi hal yang tidak perlu ditawar lagi dan harus dijalankan.

“Pada prinsipnya PKS juga sama seperti partai yang lain, dibelakang ada banyak hal yang mesti diselesaikan tapi memang kami memiliki

strategi dan tidak instan. Karena pada dasarnya PKS juga partai yang masih belajar” (Ketua DPW PKS Jawa Barat).

Dalam teori konstruksi sosial atas realitas Peter L. Berger dan Luckman (1966) ditulis dalam bukunya “*The Social Construction of Reality: A treatise in sociology of knowledge*” ada konstruksi sosial melalui perbuatan serta interaksinya ketika individu secara intens menciptakan suatu fenomena yang dimiliki dan benar-benar dialami bersama secara subjektif yang memberikan penekanan pada perilaku manusia sebagai aktor yang kreatif dan inovatif dari realitas sosialnya. Ada konsep untuk menghubungkan antara yang subjektif dan objektif melalui konsep dialektika, yang dikenal dengan eksternalisasi-objektivasi-internalisasi (Berger & Luckmann, 1966).

- 1) Eksternalisasi adalah penyesuaian diri dengan dunia socio-kultural sebagai produk manusia. “*Society is a human product*”.
- 2) Objektivasi ialah interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami institusionalisasi. “*Society is an objective reality*”.

- 3) Internalisasi ialah individu mengidentifikasi diri di tengah lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial di mana individu tersebut menjadi anggotanya. “*Man is a social product*”

Realitas tidak terbentuk begitu saja secara alamiah, namun ia dibentuk dan dikonstruksi. Oleh karenanya adanya muncul kesadaran individu dalam hal ini adalah Ketua PKS Jawa Barat terhadap aturan Perundang-Undangan yang ada menjadi sebuah konstruksi realitas sosial.

### **B. Strategi dan Saluran Komunikasi Politik**

Komunikasi politik berada pada posisi krusial dan penting. Karena dengan komunikasi politik akan mampu memelihara dan meningkatkan kualitas uji suatu sistem partai politik. Selain itu, komunikasi politik akan mampu memelihara dan mengembangkan budaya politik yang berlaku.

Dalam hal ini, Partai Keadilan Sejahtera (PKS) telah membuat sistem politik yang terstruktur, sistematis dan masif. Setiap anggota PKS wajib mengikuti Unit Pembinaan Anggota (UPA) sehingga setiap pekan selalu ada pertemuan dan ada pembimbing UPA

yang sudah memiliki kurikulum jelas yang meliputi indikator utama, ketercapaian peserta apakah sudah memahami materi atau belum selalu dilakukan.

“Jadi tidak ada satupun anggota PKS yang tidak ikut UPA. Semua anggota PKS selalu ikut UPA. Berlaku untuk semua kader PKS. Materinya ada tentang kebangsaan, kepartaian, entrepreneur dan leadership serta keagamaan. Ini menjadi matakuliah utama. Ada evaluasi dan ujiannya juga” (Ketua DPW PKS Jawa Barat).

Terhadap apa yang telah dilakukan oleh PKS, bahwa fungsi komunikasi, sebagaimana dalam diungkapkan (Prayitno, 1989) adalah sebagai berikut:

**1) Fungsi informasi (*information function*)**

PKS Jawa Barat telah memiliki fungsi informasi yang baik. Segala hal yang berkaitan dengan penyebaran berita, data, pesan, gambar dan opini dibutuhkan agar bisa dipahami dan bereaksi secara konkrit terhadap kondisi internasional, nasional, lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat. Setiap hari informasi yang kiranya perlu

diketahui oleh para anggotanya selalu dibagikan melalui group di media sosial.

**2) Fungsi sosialisasi (*socialization function*)**

Adanya sumber ilmu pengetahuan yang disediakan dapat memungkinkan memiliki tindakan dan perilaku sebagai calon legislatif (Caleg) yang berasal dari masyarakat yang efektif sehingga secara sadar setiap kader menjalankan fungsi sosial sebagaimana mestinya. Melalui pembinaan anggota yang dilakukan setiap satu minggu sekali, para caleg diberikan pemahaman tata cara pengisian pelaporan dana kampanye.

**3) Fungsi motivasi (*motivation function*)**

Menjelaskan tujuan tiap masyarakat dalam jangka pendek maupun jangka panjang mendorong setiap individu manusia untuk menentukan pilihannya dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan yang akan dicapai bersama. Setiap mentor masing-

masing caleg memberikan semangat kepada para caleg di masing-masing dapil untuk tidak menyerah dalam menjalankan aktivitas kampanye, merawat serta menjaga basis masa.

#### **4) Fungsi debat dan diskusi (*debate and discussion function*)**

Diperlukan adanya saling tukar pikiran, fakta ataupun data yang telah disediakan untuk dapat menyelesaikan perbedaan pendapat menyangkut permasalahan publik. Dengan adanya fakta dan data yang relevan, masyarakat secara sadar akan melibatkan dirinya untuk ikut serta memecahkan permasalahan yang tentu saja menyangkut kepentingan bersama baik itu di tingkat internasional, nasional maupun lokal. Dalam Unit Pembinaan Anggota (UPA), diskusi dan tukar pikiran antar satu caleg dengan caleg yang lain baik dalam satu dapil ataupun dengan dapil lain selalu berjalan sekaligus juga mengevaluasi atas kinerja yang telah dilakukan.

#### **5) Fungsi pendidikan (*educational function*)**

Wawasan pengetahuan dapat mendorong dan memiliki kontribusi besar dalam membentuk watak, karakter, intelektual, dengan adanya pendidikan keterampilan, dan kemahiran yang diperlukan. Dalam hal ini konsistensi PKS Jabar dalam melakukan pembinaan kepada kadernya telah menjalankan fungsi dalam pendidikan. Misalnya dalam unit pembinaan anggota, PKS secara spesifik telah menyiapkan kurikulum mulai dari keagamaan, kebangsaan dan hal-hal lain yang menjadi kebutuhan kadernya untuk bisa mengembangkan potensi.

#### **6) Memajukan kebudayaan (*cultural promotion*)**

Dalam hal ini PKS mampu menyebarluaskan dan membangun inovasi serta kreativitas kader partai sehingga dapat merawat dan melestarikan budaya pemikiran secara lebih luas lagi. Misalnya juga dengan menyanyikan lagu Indonesia Raya yang tidak hanya di acara

formal, tetapi juga menjadi kebiasaan sebelum rapat dimulai. Budaya ini senantiasa dipertahankan dan terus dirawat sebagai ciri khas organisasi PKS.

#### 7) Hiburan (*entertainment*)

PKS memiliki lambang dan simbol yang khas utamanya pada sisi keagamaan. Selain itu, PKS juga sering mengadakan event sebagai bentuk hiburan untuk saling menyemangati antar satu kader dengan kader partai lainnya.

#### 8) Integrasi (*integration*)

Integrasi menjadi bagian yang tidak bisa terpisahkan dari sistem partai. Bagaimana masing-masing kelompok dan individu memiliki kesempatan yang sama untuk memperoleh dan berbagai pesan yang mereka perlukan agar terwujudnya saling pengertian dan saling menghormati kondisi, baik itu terhadap cara pandang yang berbeda ataupun yang lainnya.

### C. Budaya Transparansi Dana Kampanye PKS pada Pemilu 2019

Prinsip transparansi dan akuntabilitas bukan hanya terletak pada

persoalan terjaminnya akses kesetaraan dan kebebasan setiap individu untuk memperoleh dan mendapatkan informasi terkait dengan penyelenggaraan suatu *event* yang dilakukan oleh lembaga negara atau institusi formal lainnya. Akan tetapi, lebih dari itu, bagaimana bisa mempengaruhi dengan kuat terhadap terjadinya politik uang (*money politic*). Dampak yang lebih parah adalah akan berakibat sangat fatal pada korupsi politik dalam membangun *good governance*. Disinilah dana kampanye menjadi kunci utama dalam menciptakan pemilihan yang berintegritas. Hal yang paling utama dalam dana kampanye adalah asal muasal dari sumber pemberinya itu sendiri. Baik atau buruknya pemimpin yang terpilih sangat ditentukan dari sumber dana politik yang diterima dan dipergunakannya.

Semakin banyak pejabat terpilih menghalalkan penggunaan dana dalam pemilu, maka akan semakin tersandera elit tersebut saat berkuasa. Begitupun sebaliknya, semakin bersih dana kampanye yang dipergunakannya, maka pemerintahan tersebut lepas dari sanderaan cukong politik. Meskipun memang tidak ada jaminan individu elit politik untuk tidak akan melakukan korupsi pada masa jabatannya. Maka

dari itu pentingnya membangun budaya transparansi dan akuntabilitas mutlak harus dilakukan. PKS sendiri dalam hal ini, melakukan upaya maksimal untuk melakukan pembinaan kepada anggota PKS.

“Tidak membedakan apakah anggota lama atau anggota baru semuanya sama harus mengikuti pelatihan sesuai dengan dapilnya masing-masing. Jadi di PKS ini ikan untuk saat ini ada manajemen dapil” (Ketua DPW PKS Jawa Barat, 12 Juni 2021).

Semuanya tugas kader PKS tidak ada yang diistimewakan. PKS selalu menanamkan bahwa partai ini tidak pernah merasa puas dengan apa yang sudah diraih. Sehingga, semuanya sama-sama belajar. Konsultan politik dan kader yang ahli di akuntansi mengajarkan bagaimana menyusun pelaporan yang baik. bahkan secara intens memberikan arahan. Bagi kader yang kurang memahami secara mendalam terkait teknis pelaporan dana kampanye caleg, maka ada tim khusus yang diutus untuk bisa melakukan controlling. Prinsipnya semua dilaksanakan memakai prinsip kolektif kolegial. PKS menyadari bahwa budaya transparansi ini juga menjadi kekuatan untuk membangun komunikasi dua arah dengan konstituen serta

membangun kepercayaan (*trust*) dari pemilih kepada partai politik. Hal itu yang harus kita rawat dan jaga. Sebab, dekat dengan konstituen bukan hanya pada saat tahapan pemilu saja tetapi juga pasca pemilihan tetap harus dekat. Tah hanya itu, masing-masing kader PKS juga diberikan kebebasan untuk melakukan inovasi dan kreatifitas.

Dalam fungsi komunikasi politik ada yang dinamakan dengan fungsi artikulasi kepentingan (*interest articulation function*) yakni aspirasi individu-individu manusia sebagai yang berasal dari kelompok yang berupa ide, pendapat yang kemudian dijadikan pola dan program politik (Prayitno, 1989). Hal ini juga diungkapkan oleh (Wolinetz, 2002) yang menyatakan juga bahwa fungsi partai politik adalah sebagaimana yang telah dilakukan oleh PKS Jawa Barat adalah sebagai berikut:

- 1) **Sosialisasi politik**, yaitu memberikan proses pemahaman akan pentingnya nilai dan norma dalam politik. Dalam hal ini, telah banyak metode yang dilakukan oleh PKS Jawa Barat dalam hal sosialisasi politik baik di internal kader maupun konstituen. Sehingga terbangun partisipasi politik, yaitu

memobilisasi warga negara ke dalam kehidupan dan kegiatan politik. PKS selalu meminta saran dan perbaikan dari pihak luar untuk kemajuan partai itu sendiri. Misalnya melalui kegiatan pembinaan anggota PKS yang diadakan setiap minggu, telah terperinci apa-apa saja yang menjadi agenda prioritas untuk kadernya, baik kader yang baru ataupun yang lama. Semua memiliki tanggungjawab bersama untuk senantiasa menjaga komitmen dan integritas. Siapa yang punya pengalaman di bidangnya, dipersilahkan untuk berbagai melalui forum tersebut.

- 2) **Rekrutmen politik**, yaitu menunjuk dan memilih pejabat-pejabat politik dan pemerintahan. Tidak semua posisi di pemerintahan juga diisi oleh kader-kader PKS. Pola rekrutmen politik dalam PKS terbuka lebar untuk siapa saja yang memiliki niat dan mau belajar bersama. Jadi setiap menjelang pemilihan umum, rekrutmen untuk caleg di setiap dapil dibuka dan terbuka untuk

umum. Meskipun memang sedikit kesulitan dalam mencari kader PKS perempuan untuk memenuhi persyaratan keterwakilan perempuan 30%. Selama individu memiliki keinginan kuat dan satu visi misi dengan PKS, maka dapat menghubungi DPC atau DPD terdekat.

“Siapapun bisa bergabung ke PKS, bahkan dari kader partai lain, tokoh dan pegawai di pemerintahan bergabung dengan PKS, setelah itu diproses untuk pembuatan KTA. Jadi proses untuk sampai ke pemilu memang disiapkan jauh-jauh hari (Caleg PKS Pemilu 2019, 13 Juni 2021)”

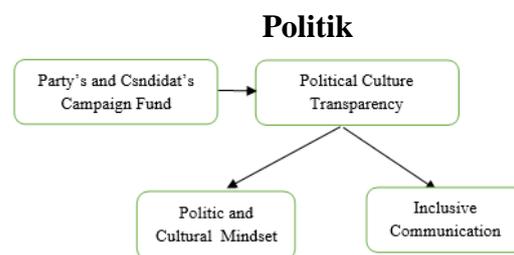
- 3) **Komunikasi politik**, yaitu menyampaikan ide, informasi, gagasan politik dan isu-isu krusial.

Dalam hal ini juga PKS telah membangun budaya transparansi dan akuntabilitas di internal partai politik. Budaya politik (*political culture*) adalah suatu konsep yang terdiri atas suatu tindakan keyakinan, *value*, perilaku dan keterampilan yang berlaku bagi seluruh

warga masyarakat, termasuk kebiasaan yang seringkali digunakan dalam masyarakat. Budaya politik dalam transparansi laporan keuangan dana kampanye di Pemilu 2019 sangat berpengaruh terhadap berlangsungnya sistem politik itu sendiri (Almond & Verba, 1990). PKS diberbagai jenjang tingkatan mulai dari DPP hingga DPC diinstruksikan untuk melakukan kajian dan evaluasi. Keterbukaan informasi menjadi sebuah keharusan. Semisal dalam pelaporan dana kampanye. Wajib bagi kader PKS untuk mencatat pengeluaran dan pemasukan dana kampanye sekecil apapun itu dan harus ada bukti transaksinya. Secara berkala, instruktur di dapilnya akan mengecek kelengkapan administrasi. Sehingga, komunikasi berjalan dua arah. Ketika caleg mendapati kesulitan, maka akan terus dibimbing sampai bisa dan mampu mengerjakan apa yang menjadi tugasnya.

Kemudian, membangun pola dan perilaku sistemik budaya politik berkaitan dengan lahirnya sumber daya manusia kader partai yang bersumber dari keyakinan politik dan penalaran yang sadar.

**Gambar 4. Budaya Transparansi dan Akuntabilitas Partai**



Sumber : Hasil Olahan Penelitian (2021)

#### **D. Hambatan dalam Implementasi Transparansi Dana Kampanye**

Dalam hal mewujudkan implementasi transparansi laporan dana kampanye, tentu bukan tanpa hambatan dan tantangan. Pada prakteknya, PKS sendiri mengalami beberapa hambatan di internal partai politik seperti misalnya latar belakang pendidikan kader partai yang berbeda (S3,S2,S1,SMA), budaya yang sangat beragam, status sosial serta gesekan calon legislatif dalam satu dapil atau antar dapil.

Untuk mengatasi problem tersebut, saling memahami dan menghargai berbagai macam perbedaan dalam beragam budaya selalu menjadi kesadaran yang terus menerus dibangun.

“Saat ini telah ada manager dapil yang bisa menyelesaikan persoalan ketika terjadi konflik atau gesekan caleg di satu dapil ataupun antar dapil.

Perlu dipahami bahwa konflik yang terjadi juga menjadi pembelajaran dan evaluasi terus menerus agar bisa lebih baik lagi” (Ketua DPW PKS Jawa Barat, 12 Juni 2021).

Dalam teori budaya komunikasi politik yang inklusif, transparan, rasional, akuntabel serta dapat dilakukan melalui metode yang sifatnya terbuka seperti melalui media massa (Slamet, Hidayat, Suryadi, & Apriliani, 2020) Kemudian dalam hal menghadapi keragaman budaya, maka jika dalam komunikasi interpersonal maka harus ada pemilihan pesan dan menyampaikan informasi serta opini yang baik kepada kader partai melalui proses tatap muka. Pembicaraan yang dikemukakan oleh komunikator bisa mengalir melalui saluran interpersonal.

#### **E. Pengembangan Sidakam (Sistem Dana Kampanye)**

Sistem dana kampanye atau yang sering disingkat dengan Sidakam merupakan aplikasi online yang akan digunakan untuk mengontrol transparansi sumber dana kampanye meliputi RKDK, LADK, LPSDK dan LPPDK partai politik peserta pemilu 2019 sampai dengan tahapan pengawasan audit dana kampanye (Saputra, 2018). Aplikasi Sidakam milik

KPU ini merupakan salah satu bentuk dorongan transparansi keuangan dana kampanye melalui sistem online, sehingga publik dapat mengakses aplikasi tersebut seluas-luasnya. Namun tentu saja dalam tata kelola penggunaannya, mesti ada perkembangan lagi. Sebab kerap kali ditemui kendala *server down* saat melakukan input data.

“Perlu ditingkatkan lagi dan ada evaluasi khusus untuk Sidakam agar bisa lebih baik lagi. Kadang servernya sering down ketika sedang dilakukan input data” (Operator Sidakam, 12 Juni 2021).

Terkait dengan hal tersebut, digitalisasi pemilu memang mutlak diperlukan dan perlu dikembangkan lagi agar bisa lebih baik. Sebab, sistem online ini sangat membantu dalam mendorong transparansi dan akuntabilitas keuangan partai politik sehingga dapat terdorong peningkatan kualitas demokrasi. Selain itu, keterbukaan informasi lewat Sidakam juga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat atau pemilih pada peserta pemilu sehingga diharapkan dapat memiliki dampak pada integritas pemilu, baik itu proses maupun hasilnya.

## 5. Kesimpulan dan Rekomendasi

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dalam membangun budaya transparansi dan akuntabilitas partai politik dibutuhkan proses yang sangat panjang. PKS Jawa Barat telah mampu menunjukkan bahwa dengan sistem politik yang kuat didukung dengan sumber daya yang sangat mumpuni serta sistem politik yang memadai dan progresif akan mampu melahirkan pemimpin bangsa yang beretika, berintegritas dan memiliki keadaban. Budaya transparansi dan akuntabilitas pada pelaporan dana kampanye pemilu 2019, PKS telah mampu memberikan komitmen kuat pada tegaknya nilai demokrasi.

Strategi komunikasi politik baik itu internal kader ataupun membangun kepercayaan di eksternal menjadi hal yang sangat krusial. Pembinaan *extra ordinary* yang dilakukan setiap pekan melalui pelatihan dengan edukasi dan sosialisasi yang terstruktur dan masif memperlihatkan fungsi dan mesin partai politik terlaksana sesuai dengan ketentuan. Memunculkan kreativitas dan inovasi juga dapat membantu terwujudnya budaya transparansi dan akuntabilitas dengan baik. Melalui program Unit Pembinaan Anggota

(UPA) dan instruktur di masing-masing dapil telah menjalankan fungsi komunikasi politik dan partai berupa sosialisasi politik, rekrutmen serta komunikasi politik dapat berjalan sebagaimana mestinya.

Dalam mewujudkan hal tersebut, tentu saja bukan tanpa tantangan dan hambatan. Pada prosesnya, terdapat dinamika terkait dengan perbedaan budaya, latar belakang pendidikan kader, kondisi sosial menjadi tantangan nyata yang harus dihadapi. Terakhir, pengembangan sistem dana kampanye perlu dilakukan guna mendorong budaya transparansi dan akuntabilitas dalam pelaporan dana kampanye. Penelitian yang dilakukan belumlah sempurna. Dalam penelitian ini terdapat kekurangan keterbatasan peneliti yang hanya dilakukan pada satu partai politik saja. Perlu kiranya menggali lebih mendalam strategi kampanye politik yang dilakukan terhadap partai politik lain yang dinilai belum transparan, bahkan terdapat catatan dalam pelaporan dana kampanye yang diserahkan ke KPU Provinsi Jawa Barat.

## Daftar Pustaka

- Almond, G. A., & Verba, S. (1990). *Budaya Politik Tingkah Laku Politik dan Demokratisasi di Lima Negara. Cetakan Kedua. Alih Bahasa Sahat Sinamora.* Jakarta: Bumi Aksara.
- Arifin, A. (1988). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar.* Jakarta: Rajawali Press.
- Bawaslu, J. B. (2020). *Pengawasan Dana Kampanye Partai Politik Peserta Pemilu 2019 di Provinsi Jawa Barat.* Bandung: Badan Pengawas Pemilu Provinsi Jawa Barat.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality: A treatise in sociology* (Wolinetz, 2002) *y of knowledge.* London: Penguin Group Book.
- Cangara, H. (2004). *Komunikasi Politik.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Creswell, J. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design : Choosing Among Five Traditions.* London: Sage Publications.
- Kitschelt, H. M. (1999). *Post Communist Party System : Competition, Representation and Inter-party Cooperation .* Cambridge University Press.
- McClellan, J. G. (2020). Organizational Culture, Discipline, and the Politics of Self: Transformation Through Responsive Conversation. *International Journal of Business Communication*, Vol. 58(2) 152–168.
- Muhtadi, A. S. (2004). *Komunikasi Politik Nahdatul Ulama : Pergulatan Pemikiran Politik Radikal dan Akomodatif.* Jakarta: Penerbit Pustaka LP3ES.
- Mulyana, D. (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya.* Bandung: Rosda Karya.
- Prayitno, S. A. (1989). *Dimensi Dimensi Komunikasi Politik.* Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Sjamsuddin, N. (1993). *Dinamika Sistem Politik Indonesia.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Slamet, A., Hidayat, D. R., Suryadi, K., & Apriliani, D. S. (2020). Millenial Generation in West Java Governor Election : Political Communication and Information Media. *Atlantis Press*, pp.28-32.

- Surbakti, R. (1984). *Perbandingan Sistem Politik*. Surabaya: Mecphiso Grafika.
- Republik Indonesia. 2011. Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2011 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2008 tentang Partai Politik. Jakarta: Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi.
- Republik Indonesia. 2017. Undang-Undang 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum. Jakarta: Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi.
- Republik Indonesia. 2018. Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 24 Tahun 2018 tentang Dana Kampanye Pemilihan Umum. Jakarta: Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi.
- Voltmer, B. P. (2012). Negotiating Control: Political Communication Cultures in Bulgaria and Poland. *The International Journal of Press/Politics*, 17(4) 388–406.
- Wolinetz, S. (2002). “Beyond the Catch-All Party: Approaches to the Study of Parties and Party Organization”, dalam *Political Parties: Old Concepts and New Challenges*,. *Oxford University Press*, 136-165.