

# PERSEPSI MASYAKARAT DKI JAKARTA TERHADAP FIGUR DAN KOMUNIKASI POLITIK BASUKI TJAHAJA PURNAMA (AHOK)

Danny Prasetyo

## **Abstract**

*A leader seems like a captain on a ship who will lead and direct the ship towards the destination. It is not an easy matter for Basuki Tjahaja Purnama or Ahok who comes from minor ethnic to become a leader in DKI Jakarta where there once a massive race riot happened. The matter that later comes into view is how perception of DKI Jakarta citizens toward the figure of Ahok as a leader and the political communication he does. This research seeks to analyze the perception of DKI Jakarta citizens towards both the figure of Ahok as a leader and his political communication, where in which Ahok is one of the leaders who engages the internet, in this case is social media, as a means of communication to the citizens leads. Descriptive method is applied in this research. That is a method which analyze the situation and condition of which then the result is elaborated in the research report. In this problem we analyzed, the descriptive method we used is a survey method. The research showed that in choosing a leader, people in Jakarta didn't concern about the race, religion, or tribe, but it's more to the boldness in executing the policy and the obedience to the norm and regulation. People concerned Ahok covers all those criteria and moreover he applies a new way of having a politic communication with the citizen through the internet and cell-phone. Through people think that Ahok is such a bold leader in making some innovation in politic communication, he still needs to improve the way he talks of which is so frank, and highly toned and even concerned rude. Because as a leader, Ahok is responsible to serve people in Jakarta and making them live comfortably.*

*Keywords : political communication, figure leadership, perception.*

## **A. PENDAHULUAN**

Pemimpin merupakan figur penting dalam menggerakkan sebuah organisasi dalam hal ini bawahan dan juga pengikutnya. Menjadi hal yang aneh ketika seseorang disebut sebagai pemimpin tetapi tidak memiliki pengikut ataupun juga pengaruh untuk menggerakkan orang yang dipimpinnya dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Setiap pemimpin tentu memiliki karakteristik dan model kepemimpinan yang berbeda sesuai dengan karakter yang dimilikinya, sehingga hal tersebut juga akan berpengaruh kepada daerah ataupun organisasi yang dipimpinnya, karena bagaimana karakteristik masyarakat suatu daerah dapat mencerminkan karakteristik dari pemimpinnya.

Seorang pemimpin selayaknya sebuah nahkoda dalam sebuah kapal, sehingga kemana kapal tersebut mencapai tujuannya tentu ditentukan oleh siapa pemimpinnya. Benny Susetyo menyatakan, tak ada yang bisa mengingkari kenyataan bahwa cermin baik buruknya wajah republik ini berasal dari perilaku pemimpinnya. Jika perilaku mereka diperlihatkan dengan sikap egois, saling berebut tahta jabatan, mata internasionalpun akan melihat hanya sebatas itu moralitas para pemimpin republik ini.

Basuki Tjahaja Purnama atau dikenal dengan nama Ahok merupakan salah satu pemimpin yang memiliki karakteristik kepemimpinan agak berbeda jika dibandingkan dengan kepemimpinan kepala daerah lainnya. Ketika banyak orang ingin menjadi pemimpin dengan harapan mendapatkan kekuasaan dan setelah itu digunakan untuk kepentingan bahkan mungkin kemakmuran pribadinya, Ahok justru menggunakan otoritas kepemimpinan yang dimilikinya berjuang untuk kepentingan rakyat. Selain itu, di saat banyak pemimpin lebih ingin dilayani karena merasa

merekalah pemilik otoritas tersebut, Ahok berusaha untuk menerapkan bahwa menjadi seorang pemimpin merupakan amanat dari rakyat untuk kemudian ketika terpilih, maka tentu saja seharusnya wajib berjuang dan melayani kepentingan rakyat yang telah memilihnya. Pemimpin jabatan publik bukanlah pemimpin perusahaan sehingga harus dilayani dan bukan melayani. Sebagai seorang pemimpin daerah bersama Joko Widodo yang memimpin ibu kota negara yaitu DKI Jakarta, Ahok memiliki sebuah pemahaman tentang konsep pemimpin publik yang harusnya melayani rakyatnya:

"Kalau dulu saya liat orang miskin tidak bisa sekolah, tidak bisa berobat, saya pakai dompet saya. Saya pergi melayani orang dengan mobil saya. Ketika saya jadi pejabat, saya tidak pernah tahu apa itu uang bensin. Uang rakyat yang membayari saya. Saya hanya mendistribusikan uang itu kepada rakyat, jadi saya untung. Saya untung menolong orang dengan uang rakyat itu sendiri. Jadi, kalau rakyat memiliki pejabat yang mau menjadi penolong, jadi pelayan mereka, maka saya kira kita tidak akan mungkin melakukan korupsi." (Gunawan, 2013: 111).

Pemimpin yang memegang jabatan publik seharusnya memang melayani kepentingan publik dalam hal ini masyarakat yang memilihnya. Di saat pemimpin lainnya ketika terpilih berusaha untuk menampilkan dirinya seolah-olah bekerja untuk rakyat, namun yang terjadi justru sebaliknya yaitu bekerja untuk memperkaya diri sendiri. Penyebabnya karena untuk mengembalikan modal kampanye, juga karena menganggap jabatan itu merupakan kekuasaan yang harus dipertahankan bagaimanapun caranya sehingga tidak melakukan perubahan dibandingkan pemerintahan sebelumnya. Hal ini disebabkan adanya kekhawatiran nantinya akan berdampak terhadap kepemimpinannya, selain juga berusaha untuk menjaga peluang agar tetap dapat terpilih kembali untuk masa periode pemilihan berikutnya. Sebagai ibu kota negara, DKI Jakarta tentu saja menjadi barometer bagi perkembangan provinsi-provinsi lainnya di Indonesia. Ibaratnya, jika ada perubahan di DKI Jakarta dan hal tersebut berdampak positif bagi kemajuan daerah dan masyarakatnya, maka biasanya hal tersebut akan ditiru oleh daerah-daerah lainnya. Moda transportasi massal seperti Transjakarta atau Busway yang dicetus saat kepemimpinan gubernur Sutiyoso menjadi salah satu contohnya. Bus Transjakarta sekarang tidak hanya menjadi ikon DKI Jakarta, tetapi sudah diadopsi pula oleh beberapa daerah seperti Semarang, Jogja, Solo dan beberapa kota lainnya di Indonesia. Hal ini yang menjadikan DKI Jakarta menjadi seakan trensetter bagi provinsi lainnya untuk dijadikan model pengelolaan kota yang tepat dan benar.

Sebelum melihat model kepemimpinan Ahok dan juga bagaimana persepsi masyarakat DKI Jakarta kepada pemimpinnya itu, tentu menjadi menarik untuk mengetahui latar belakang singkat dari wakil gubernur DKI Jakarta ini. Lahir dengan didikan keras dari sang ayah yang merupakan keluarga Tionghoa termasyhur karena dikenal kedermawanannya di Pulau Belitung, Ahok dididik oleh sang ayah agar tidak menjadi sombong dan harus dapat bergaul dengan teman-temannya yang berbeda etnis dan agama, meski saat sudah membaur bukan berarti Ahok lepas dari tindakan diskriminasi karena ia berasal dari etnis Tionghoa yang menjadi etnis minoritas di wilayahnya tersebut. (Bastian, 2013: 17).

William Skinner dalam *The Chinese Minority* seperti dikutip oleh Charles Choppel dalam bukunya *Tionghoa Indonesia Dalam Krisis* menyatakan bahwa orang Tionghoa selalu merupakan minoritas kecil di Indonesia. Dalam tahun 1961, mereka

diperkirakan berjumlah sekitar 2,45 juta orang, mungkin saja mereka itu tidak pernah dianggap mewakili lebih dari 2,5 persen dari seluruh jumlah penduduk waktu itu. (Coppel, 1994: 21). Dari jumlah tersebut, tentu saja menjadi suatu "prestasi" tersendiri bagi Ahok sebagai bagian dari minoritas, akan tetapi dapat menjadi pemimpin di daerah yang mayoritasnya berbeda secara etnis maupun agama tersebut.

Pemimpin tentu saja menjadi faktor penting dalam perubahan sebuah kota. Akan tetapi, tanpa dukungan dari masyarakat itu sendiri, seorang pemimpin sekuat apapun tetap saja tidak dapat mengontrol dan memimpin kota tersebut untuk mencapai tujuan yang diinginkan bersama. Demi mencapai tujuan bersama dengan masyarakat itulah, dibutuhkan suatu komunikasi politik yang baik antara pemimpin dengan masyarakat yang dipimpinnya. Hal ini tentu saja tidak mudah direalisasikan, apalagi Ahok bukan asli dari DKI Jakarta, bahkan dia juga adalah kaum minoritas yaitu etnis Tionghoa kristen dimana masyarakat DKI yang dipimpinnya mayoritas adalah etnis Betawi dengan agama muslim. Ini tentu menjadi suatu tantangan tersendiri bagi Ahok untuk membuktikan, apakah dirinya dapat melakukan komunikasi politik yang baik kepada masyarakat golongan mayoritas yang berbeda dengan dirinya.

Kerusuhan beraroma etnis pada tahun 1998 dimana peranakan etnis Tionghoa menjadi sasaran atau bahkan seakan musuh bersama warga mayoritas DKI Jakarta waktu itu tentu saja masih membekas. Akan tetapi, terpilihnya Ahok meski hanya sebagai wakil gubernur bersama Joko Widodo yang menjadi gubernur, tentu memiliki makna tersendiri bagi masyarakat DKI Jakarta, meskipun kampanye yang menyinggung etnis dan agama cukup santer terdengar saat pelaksanaan Pemilu DKI Jakarta tahun 2012 lalu.

Pola komunikasi yang tepat antara pemimpin dan masyarakat yang dipimpin, menjadi prasyarat utama dalam menjalankan sebuah kepemimpinan pada suatu daerah atau wilayah. Menarik untuk dicermati bagaimana komunikasi politik yang dilakukan oleh Ahok sebagai pemimpin dengan etnis minoritas tersebut saat memimpin daerah dengan etnis mayoritas yang berbeda dengan dirinya. Pola komunikasi politik seorang pemimpin dapat tercermin dari kebijakan yang diambil terhadap suatu permasalahan tertentu. Beberapa contoh kebijakan yang diambil saat menjadi pemimpin di Jakarta diantaranya: pemasangan closed-circuit television (CCTV) di kantor kelurahan serta kecamatan dan juga pada puskesmas di wilayah Jakarta dan juga mengunggah laporan kegiatan pemerintah provinsi DKI Jakarta ke situs *you tube*. (Bastian, 2013: 94-96).

Mungkin Ahok bukan orang pertama yang menyampaikan hasil rapat kepada masyarakat, akan tetapi video yang diunggah ke You Tube adalah bentuk transparansi jalannya pemerintahan yang bagus, karena video tidak diedit sehingga bisa menggambarkan dengan jelas situasi yang persis sama dengan kondisi yang terjadi di ruang rapat. Bentuk transparansi dengan mengunggah proses pengambilan kebijakan ke situs media sosial ini, seakan menggambarkan model komunikasi politik yang hendak dibangunnya kepada masyarakat DKI Jakarta. Latar belakang Ahok sebagai warga minoritas, bahkan menjadi figur seorang pemimpin di masyarakat mayoritas berbeda etnis tentu bukan hal mudah. Jika mencermati makna minoritas berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), minoritas memiliki makna yaitu golongan sosial yang jumlah warganya jauh lebih kecil jika dibandingkan dengan golongan lain di suatu masyarakat dan karena itu didiskriminasi oleh golongan lain itu. Figur Ahok sebagai pemimpin minoritas di masyarakat mayoritas tersebut makin dikuatkan dengan menilik data BPS

berdasarkan sensus penduduk tahun 2000 seperti dilansir situs wikipedia.org, provinsi DKI Jakarta dengan 8,3 juta penduduk terdiri dari tujuh etnis besar yang mendiami Jakarta, etnis Tionghoa berada pada urutan keempat dengan 5.53% dari total penduduk DKI Jakarta. Data ini hanya merupakan gambaran umum secara teknis bahwa kaum Tionghoa termasuk kaum minoritas di provinsi DKI Jakarta.

Masyarakat Tionghoa di Indonesia seperti ditegaskan Leo Suryadinata, bukan merupakan minoritas yang homogen. Dari sudut budaya, orang Tionghoa terbagi atas peranakan dan totok. Peranakan adalah orang Tionghoa yang sudah lama tinggal di Indonesia dan umumnya sudah terbaaur, mereka berbahasa Indonesia sebagai bahasa sehari-hari dan bertingkah laku sebagai pribumi. Totok adalah pendatang baru, umumnya baru tinggal di Indonesia satu hingga dua generasi dan masih menguasai bahasa Tionghoa. (Suryadinata, 2010: 228). Sejak proklamasi RI, minoritas ini dianggap senantiasa menimbulkan masalah, meski tidak selalu sama. Mula-mula pada zaman kolonial mereka dianggap pro Belanda dan antinasionalisme Indonesia, eksklusif dan kerjanya hanya mencari keuntungan, hingga kemudian dianggap simpatisan komunis. Akhir-akhir ini mereka dianggap sebagai kapitalis dan konglomerat yang mengeruk kekayaan negara tanpa perasaan patriotisme. Kerusuhan 1998 yang terjadi ditujukan kepada warga Tionghoa, tidak terlepas dari persepsi negatif tersebut.

Sebagai pemimpin minoritas di DKI Jakarta, dalam menjalankan kepemimpinan politiknya dimana di dalamnya tentu juga termasuk komunikasi politik yang dilakukannya, penelitian ini ingin mengetahui persepsi masyarakat khususnya masyarakat DKI Jakarta yang notabeneanya merupakan pihak yang merasakan dampak langsung dari kepemimpinan dan juga komunikasi politik pemimpinnya ini. Dari hal inilah penelitian ini merumuskan permasalahan yang akan diteliti yaitu bagaimana persepsi masyarakat DKI Jakarta terhadap figur Ahok dan juga bagaimana komunikasi politik yang sudah dijalankannya selama menjadi wakil gubernur kepada masyarakat DKI Jakarta.

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi jembatan, baik bagi Ahok sebagai seorang pemimpin untuk mengetahui persepsi rakyat yang dipimpinnya terhadap komunikasi politik yang dilakukannya, maupun bagi masyarakat DKI Jakarta sebagai pihak yang dipimpinnya agar dapat makin mengenal pemimpin daerahnya melalui komunikasi politik yang dilakukannya.

### **A.1. Tinjauan Pustaka**

Makna dari figur sendiri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) ialah tokoh yang merupakan peran sentral dan menjadi pusat perhatian. Kepemimpinan seseorang tidak hanya dilihat sebagai kualitas, tetapi juga serangkaian fungsi yang harus dilaksanakan kelompok. Hal ini diungkapkan oleh Stewart L Tubbs dan Sylvia Moss dalam bukunya *Human Communication* yang juga menyatakan bahwa seorang pemimpin adalah orang yang berhasil dengan baik melaksanakan fungsi tugas dan pertimbangan dengan baik. Fungsi tugas yang dimaksudkan disini ialah kegiatan-kegiatan yang membantu kelompok mencapai tujuannya dan juga mengarahkan kelompok (masyarakat) bagaimana cara terbaik memulai, menjelaskan pendapat orang lain. Sedangkan fungsi pertimbangan berkaitan dengan moral, meliputi setiap kegiatan yang mempengaruhi iklim emosional atau meningkatkan kepuasan perseorangan para anggota: menunjukkan kesepakatan, dukungan atau dorongan, memberi kesempatan kepada anggota yang pembicaraannya mungkin tidak diperhatikan untuk mengemukakan pendapat dan sebagainya. (Tubbs dan Moss, 1996: 93). Pendapat Tubbs dan Moss tersebut ingin

menguatkan bahwa pemimpin bekerja bukan untuk mencapai tujuannya sendiri, namun tujuan untuk kepentingan bersama-sama dan juga untuk kepuasan (kesejahteraan) rakyat yang dipimpinnya. Senada dengan pendapat Tubss dan Moss, M. Ryaas Rasyid memandang adanya tiga fungsi pokok dari kepemimpinan yaitu fungsi identifikasi dan analisis, fungsi penetapan tujuan dan perumusan kebijakan, serta fungsi membangun dan menggerakkan semangat. Berdasarkan fungsi identifikasi dan analisis, pemimpin karena posisinya sebagai pusat acuan dari pengikut, harus mampu membuat identifikasi dan analisis atas masalah-masalah yang menjadi perhatian publik dan kemampuan itu juga mencakup antisipasi atas sejauh mana para pengikut akan bereaksi terhadap rencana-rencana yang akan dipaparkan oleh pemimpin. Fungsi kedua yaitu penetapan tujuan dan perumusan kebijakan menyatakan, dalam upaya mewujudkan tujuan bersama maka seorang pemimpin harus berperan sebagai representatif dari pengikut. Makna dari fungsi ketiga yaitu membangun dan menggerakkan semangat ialah membangun kemauan keras diantara pengikut untuk bertindak dan melaksanakan setiap segi kebijakan yang termasuk dalam tanggung jawabnya sehingga mencapai tujuan. (Rasyid, 2002: 138-143).

Setiap pemimpin pasti memiliki tipe kepemimpinan yang berbeda sesuai dengan karakter yang melekat pada dirinya. Salah satu tipe kepemimpinan menurut Weber dalam *"The Theory of Social and Economic Organization"* menyatakan bahwa berdasarkan sumber kekuasaan, kepemimpinan dibagi menjadi tiga yaitu kepemimpinan rasional, kepemimpinan tradisional dan kepemimpinan kharismatik. Kepemimpinan rasional ialah kepemimpinan bersumber pada kewenangan legal yang beranjak dari peraturan-peraturan yang telah ditetapkan, kepemimpinan tradisional ialah pengakuan atas tradisi hak berkuasa secara turun-temurun yang dimiliki oleh pemimpin. Tipe ketiga ialah kepemimpinan kharismatik yaitu pengakuan terhadap kualitas-kualitas istimewa yang dimiliki oleh pemimpin dan dipercaya pengikutnya sebagai karunia khusus.

Dari ketiganya, tipe kepemimpinan rasional yaitu kepemimpinan yang bersumber pada kewenangan legal yang beranjak dari legalitas pola-pola peraturan normatif mendekati tipe kepemimpinan Ahok dalam kepemimpinannya, contohnya : saat proses pemindahan PKL di Tanah Abang, karena pedagang menolak untuk pindah, Ahok mengancam akan mempidanakan mereka (para pedagang) karena berjualan di bahu jalan yang seharusnya untuk lalu lintas kendaraan. Bagi seorang pemimpin merupakan keharusan untuk menaati peraturan yang telah dibuat dan bukannya justru melanggarnya. Oleh karenanya salah satu pernyataannya yang pernah dilontarkan dalam situs [www.Ahok.org](http://www.Ahok.org), menanggapi protes pedagang dan dianggap tidak memihak masyarakat kecil ialah "saya lebih taat pada konstitusi dan bukan konstituen." Menjadi suatu pertanyaan, apakah figur pemimpin rasional seperti ini yang dibutuhkan oleh masyarakat kota Jakarta yang sebelumnya sudah terbiasa dengan ketidakteraturan serta mudah melanggar peraturan? Apakah Ahok juga merupakan figur pemimpin yang dapat menjadi teladan bagi masyarakatnya?

Komunikasi politik oleh beberapa ilmuwan dianggap memiliki fungsi yang istimewa, karena komunikasi politik meletakkan basis untuk menganalisis permasalahan yang muncul dan berkembang dalam keseluruhan proses dan perubahan suatu bangsa. (Arriane, 2010: 15). Komunikasi politik sendiri memiliki signifikansi terhadap empat lingkungan aktual yang sangat berpengaruh saat ini, seperti yang diungkapkan Gun Gun Heryanto dan Shulhan Rumar (2013: 10) yaitu:

1. Industri media massa, baik cetak maupun elektronik, tumbuh sangat pesat. Dinamisasi ini menyebabkan munculnya hal-hal baru yang sangat berkait

- dengan keberadaan media massa dalam politik.
2. Tumbuh pesatnya industri yang berbasis pada layanan jasa komunikasi dan juga makin menjamurnya lembaga-lembaga konsultan politik sebagai bentuk baru komunikasi politik kontemporer. Seluruh pasangan kandidat dalam Pemilu 2009 lalu misalnya, menggunakan jasa para konsultan politik untuk memenangkan pertarungan politik mereka. Ini membuktikan komunikasi politik kian menunjukkan perannya yang sangat penting.
  3. Maju pesatnya perkembangan ICT (information and communication technology). Saat ini, komunikasi yang berlangsung di tataran komunikasi interpersonal tidak lagi didominasi oleh komunikasi secara fisik, melainkan sudah mengalami dinamisasi dengan masuknya basis dukungan teknologi komunikasi. Salah satu contohnya adalah fenomena *virtual communication* atau komunikasi online. Indikasinya adalah semakin meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia.
  4. Semakin terbukanya proses demokratisasi di Indonesia. Seluruh aktor politik, baik individu maupun kolektif, dituntut memiliki kemampuan komunikasi politik yang memadai. Tuntutan semacam ini berlaku bagi komunikator politik di suprastruktur (eksekutif, legislatif dan yudikatif) maupun di level infrastruktur (partai politik, kelompok kepentingan, kelompok penekan, media massa, figur atau tokoh politik).

Salah satu contoh kebijakan menggunakan media ICT (*information and communication technology*), yang hingga kini dirasakan dampaknya langsung oleh masyarakat ialah adanya transparansi dalam penyusunan program kerja, maupun kegiatan-kegiatan lainnya yang berdampak pada masyarakat melalui media sosial Youtube. Dengan adanya informasi bagaimana kegiatan gubernur dan wakil gubernur dalam memimpin warga DKI, serta memanfaatkan kemajuan teknologi internet inilah yang menyebabkan sekat-sekat pemikiran tradisional tentang perbedaan etnis maupun agama menjadi terbuka.

Sarbaugh dalam bukunya *Intercultural Communication* menyatakan perbedaan budaya yang berbeda antara rakyat dengan pemimpin menentukan bagaimana komunikasi dapat berlangsung. Cara kita menilai budaya lain dengan nilai-nilai budaya kita sendiri dan menolak mempertimbangkan norma-norma budaya lain akan menentukan keefektifan komunikasi yang akan terjadi. Di satu pihak, ada orang-orang yang sekaligus mengetahui dan menerima kepercayaan dan perilaku orang lain. Pada pihak lain, ada juga orang-orang yang tidak mengetahui dan tidak menerima, sehingga kemungkinannya tinggi sekali mengalami kegagalan komunikasi. Penggunaan sistem sandi yang sama, pengakuan atas perbedaan dalam kepercayaan dan perilaku, dan pemupukan sikap toleran terhadap kepercayaan dan perilaku orang lain, membantu terciptanya komunikasi yang efektif. (Tubss dan Moss, 1996: 242).

Berlo sendiri berpendapat bahwa tujuan komunikasi berkaitan erat dengan kejiwaan dan emosional, artinya berkomunikasi secara persuasif adalah berkomunikasi dalam rangka mempengaruhi orang lain dengan usaha mengubah keyakinan, nilai, atau sikap mereka. Aspek persuasif yang dimaksudkan oleh Berlo ialah komunikasi politik yang dilakukan pelaku komunikasi, tujuannya untuk mempengaruhi orang lain dengan usaha mengubah keyakinan, nilai dan sikap mereka tidak menggunakan pola atau cara komunikasi lama (konvensional) tetapi mulai memanfaatkan teknologi informasi dalam hal ini media sosial. Hal tersebut sesuai dengan aspek informatif oleh Berlo yaitu objektivitas, rasionalitas, logis dan konkrit. (Erliana, 2005: 26)

Senada dengan Berlo, Nimmo sendiri menyatakan bahwa orang tidak dilahirkan dengan kepercayaan, nilai dan penghargaan politik. Namun, mereka dapat menyusunnya secara berkesinambungan jika dihadapkan pada suatu rangsangan politik. Salah satu tahap penyusunan personal ini terdiri atas segala sesuatu yang dipelajari orang melalui komunikasi politik. Pikiran dan perasaan yang menyusun citra orang tentang politik itu berguna dan juga memuaskan bagi orang itu. Citra membantu memberikan alasan yang dapat diterima secara subjektif tentang mengapa segala sesuatu hadir sebagaimana tampaknya, tentang preferensi politik, dan tentang penggabungan dengan orang lain. Kita memperoleh rasa nyaman secara fisik, sejahtera, diakui orang, dihargai baik itu melalui prestasi maupun menikmati ganjaran lahiriah bagi pengalaman kita, karena seorang pemimpin politik mengerti bahwa citra memenuhi kebutuhan manusia, dan karena itu mengungkapkan himbauannya dalam bentuk lambang untuk membangkitkan citra yang simpatik diantara khalayak massa. (Nimmo, 2010: 6-9).

Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss menambahkan, terdapat beberapa gaya komunikasi yang dikenal diantaranya ialah gaya komunikasi mengendalikan dan gaya komunikasi dua arah. Gaya komunikasi mengendalikan ditandai oleh satu kehendak untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain, sedangkan gaya komunikasi dua arah ialah dalam mengungkapkan pendapat melalui tindakan informal. Terkait dengan hal tersebut, Dennis seperti dikutip dalam Stewart dan Moss dalam bukunya *Human Communication*, dua faktor komunikasi organisasi yaitu: komunikasi ke bawah (komunikasi yang diprakarsai oleh manajemen organisasi tingkat atas dan kemudian ke bawah melalui rantai perintah), dan komunikasi ke atas (proses penyampaian gagasan, perasaan dan pandangan pegawai atau rakyat tingkat bawah kepada atasannya dalam organisasi atau negara). (Tubbs dan Moss, 1996: 169).

## **A.2. Metode Penelitian**

Tipe penelitian yang digunakan ialah penelitian kuantitatif dengan metode yang dipilih adalah deskriptif yaitu penelitian dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi, atau hal-hal lain yang sudah disebutkan dan hasilnya dipaparkan dalam laporan penelitian. Ditinjau dari segi masalah yang diteliti, metode deskriptif adalah metode penelitian survai yaitu penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. (Arikunto, 2010: 172). Populasi penelitian ini ialah masyarakat DKI Jakarta dengan lima wilayah kotamadya, dan sampel yang diambil berjumlah 400 orang responden. Dari kelima kotamadya tersebut, tiga kotamadya yang memiliki jumlah penduduk terbesar di Jakarta memiliki prosentase yang besar pula dalam pengambilan responden yaitu Jakarta Selatan (32,5%), Jakarta Timur (27,5%) dan Jakarta Barat (14,75%). Untuk pengambilan sampel sendiri dengan menggunakan teknik *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi unsur populasi untuk dipilih menjadi sampel dengan cara *simple random sampling* (pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Sebanyak 88,5% responden minimal lulusan SMA dan Sarjana (S1), dan selebihnya tamatan SD dan SMP. Untuk jenis pekerjaan karyawan swasta dan pengusaha menempati prosentase yang besar yaitu 66,5% responden, sedangkan selebihnya yaitu mereka yang berprofesi : PNS, dosen, guru, mahasiswa, ibu rumah tangga dan profesi lainnya. Selain itu, sebagian besar responden yaitu 80% sudah tinggal di Jakarta lebih dari 10 tahun. Dari hasil informasi awal data responden tersebut, tentunya

responden yang dijadikan sampel cukup representatif. Pengumpulan data yang dilakukan penulis ialah dengan menyebarkan kuesioner. Teknik dalam menganalisa data dalam penelitian merupakan analisa deskriptif dimana data kuantitatif didukung data kualitatif. Tiap respon pertanyaan diberikan skor tertentu tergantung pada tingkat kepuasan responden tersebut.

## **B. PEMBAHASAN**

### **B.1. Persepsi terhadap Figur Ahok sebagai Pemimpin**

Persepsi masyarakat dapat disimpulkan sebagai tanggapan atau pengetahuan lingkungan dari kumpulan individu-individu yang saling berinteraksi karena mempunyai nilai-nilai, norma, cara dan prosedur yang merupakan kebutuhan bersama berupa suatu adat istiadat tertentu yang bersifat *continue* dan terikat oleh suatu identitas bersama melalui interpretasi data indera. Dalam menjalankan kepemimpinannya, seseorang dilihat berdasarkan dirinya sebagai figur pemimpin dan juga fungsi kepemimpinan yang dilakukannya.

Beberapa hal yang akan dianalisa dari persepsi masyarakat DKI Jakarta terhadap figur Basuki Tjahaja Purnama atau Ahok, diantaranya :

#### **B.1.1. Figur berdasarkan identitas.**

Figur berdasarkan identitasnya yaitu untuk mengetahui persepsi masyarakat DKI Jakarta dalam memilih pemimpin melihat dari suku, etnis atau agamanya. Hasil penelitian ini ternyata menunjukkan bahwa 82% masyarakat DKI Jakarta tidak melihat bahwa faktor SARA sebagai hal utama dalam memilih seseorang menjadi pemimpinnya. Ini membuktikan bahwa meskipun Ahok adalah figur dengan latar belakang etnis dan agama minoritas, tidak mempengaruhi responden dalam menentukan pilihan pemimpinnya.

#### **B.1.2. Tipe kepemimpinan**

Tipe kepemimpinan Ahok yang taat pada norma atau aturan dalam persepsi masyarakat DKI Jakarta. Dari analisis data hasil penelitian didapati bahwa Ahok merupakan tipe pemimpin yang dibutuhkan masyarakat DKI Jakarta saat ini karena ketegasannya dalam menindak jika ada masyarakat yang melakukan pelanggaran terhadap aturan. Ketaatan pada norma dan aturan juga menjadi faktor lain bagi 64,5% responden yang menjawab setuju bahwa Ahok merupakan figur pemimpin yang dibutuhkan DKI Jakarta saat ini. Hasil data responden tersebut tentu mendukung dari teori yang diungkapkan Weber dalam "*The Theory of Social and Economic Organization*" menyatakan bahwa berdasarkan sumber kekuasaan, kepemimpinan dibagi menjadi tiga yaitu kepemimpinan rasional, kepemimpinan tradisional dan kepemimpinan kharismatik. Dari ketiga tipe tersebut, Ahok termasuk dalam tipe kepemimpinan rasional yaitu kepemimpinan yang bersumber pada kewenangan legal yang beranjak dari legalitas pola-pola peraturan normatif.

#### **B.1.3. Fungsi pertimbangan**

Fungsi pertimbangan yang termasuk di dalamnya adalah tingkat kepuasan dan juga dukungan atau dorongan dari responden terhadap figur kepemimpinan Ahok. Dari data tersebut menunjukkan bahwa 69,50% responden menyatakan setuju bahwa Jokowi dan Ahok dalam 2 tahun masa awal kepemimpinannya sudah melakukan perubahan bagi kota Jakarta. Salah satu contoh perubahan seperti yang diungkapkan oleh salah seorang responden saat penulis melakukan wawancara bahwa "*sekarang rumah susun sudah banyak ditempati serta ditambah pembangunannya dan ada pembangunan waduk di daerah Pluit, Jakarta Utara.*" Hasil tersebut menggambarkan bahwa Ahok menjalankan fungsi pertimbangan

sebagai seorang pemimpin. Sebagai salah satu fungsi menurut Tubbs dan Moss, fungsi pertimbangan ini berkaitan dengan moral meliputi setiap kegiatan yang mempengaruhi atau meningkatkan kepuasan perseorangan anggota masyarakat. Hasil tersebut juga membuktikan bahwa teori Tubbs dan Moss ini dilakukan oleh Ahok dalam menjalankan fungsinya sebagai pemimpin di DKI Jakarta.

#### **B.1.4. Fungsi tugas.**

Fungsi tugas yaitu pemimpin memberikan arahan dalam mencapai tujuan yang diinginkan bersama. Dari hasil data yang diperoleh, 49,50% responden percaya bahwa Ahok dapat memperbaiki kehidupan masyarakat DKI Jakarta. Hal ini tentu menguatkan pernyataan sebelumnya yang menyatakan bahwa 71% responden percaya Ahok bekerja untuk kepentingan masyarakat DKI Jakarta. Hasil data ini menguatkan pendapat Tubbs dan Moss tentang fungsi tugas pemimpin bahwa Ahok merupakan figur pemimpin yang membantu masyarakat dalam mencapai tujuannya yang dibuktikan bahwa Ahok bekerja untuk kepentingan masyarakat demi tercapainya kesejahteraan masyarakat DKI Jakarta lebih baik.

### **B.2. Persepsi Masyarakat DKI Jakarta terhadap Komunikasi Politik yang dilakukan Ahok.**

Untuk mengetahui persepsi masyarakat DKI Jakarta terhadap komunikasi politik yang dilakukan oleh Ahok maka dilihat dari beberapa faktor yaitu :

#### **B.2.1. Faktor gaya komunikasi.**

Faktor gaya komunikasi dalam menyampaikan pesan dapat dilihat dari persepsi responden terhadap gaya komunikasi Ahok dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat DKI Jakarta. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa gaya komunikasi yang dikenal adalah gaya komunikasi mengendalikan dan gaya komunikasi dua arah. Dari sajian data di atas, didapati bahwa 57,25% responden menyatakan setuju dengan gaya komunikasi Ahok yang cenderung mengendalikan seperti diungkapkan Stewart L Tubbs dan Sylvia Moss, dimana gaya komunikasi ini membatasi, memaksa, mengatur perilaku bawahan dalam hal ini masyarakat DKI Jakarta untuk mengikuti aturan dan norma yang disepakati. Gaya komunikasi Ahok ini sesuai dengan persepsi responden atas pernyataan sebelumnya yang menyatakan Ahok adalah pemimpin yang tegas dalam melakukan kebijakan serta taat norma dan dibutuhkan masyarakat DKI Jakarta saat ini. Meski secara gaya komunikasi yang termasuk gaya mengendalikan yang tegas disetujui sebagian besar responden, akan tetapi responden menginginkan agar Ahok dapat mengubah cara bicara dalam menyampaikan kebijakan. Sebagian responden yaitu 59% responden menyatakan setuju bahwa Ahok seharusnya mengubah cara dia berkomunikasi yang terkadang dengan menggunakan kalimat kasar bahkan cenderung menjatuhkan, seperti yang diungkapkan beberapa responden dalam wawancara dengan penulis pada saat penelitian. Hal ini juga dikuatkan pada pertanyaan sebelumnya dimana sebagian besar responden setuju cara bicara seseorang mempengaruhi dalam memilih pemimpin. Berdasarkan persepsi masyarakat DKI Jakarta terhadap gaya komunikasi politik Ahok ini, didapati bahwa sebagian besar masyarakat setuju dengan gaya komunikasinya tegas yang oleh Tubbs dan Moss disebut dengan gaya komunikasi mengendalikan. Akan tetapi, masyarakat kurang setuju jika gaya komunikasi tersebut dinilai arogan oleh beberapa pihak. Meski setuju dengan gaya komunikasi Ahok tersebut, tidak demikian dengan cara bicaranya dalam menyampaikan suatu kebijakan kepada masyarakat. Cenderung kasar dan blak-blakan dalam menyampaikan kebijakan ternyata menurut masyarakat DKI Jakarta merupakan hal yang harus dirubah oleh Ahok sebagai

seorang pemimpin, apalagi cara bicara seseorang ternyata mempengaruhi masyarakat DKI Jakarta dalam memilih seorang pemimpin.

### **B.2.2. Faktor perbedaan kepercayaan dan budaya.**

Faktor ini muncul karena adanya sikap toleran terhadap perbedaan kepercayaan budaya antara Ahok dengan mayoritas masyarakat DKI Jakarta dapat menciptakan komunikasi yang efektif. Dari sajian data terlihat bahwa 45,25% responden kurang setuju dengan pernyataan bahwa gaya komunikasi Ahok tidak cocok dengan budaya Betawi. Jawaban responden ini juga dikuatkan dengan latar belakang suku Betawi seperti yang dijelaskan sebagai berikut. Suku Betawi sendiri dilihat dari asalnya merupakan hasil perkawinan antar etnis dan bangsa di masa lalu. Berjiwa sosial yang tinggi, menghargai nilai-nilai agama dan menjaga pluralitas merupakan beberapa budaya dari suku Betawi yang masih dijaga secara turun-temurun. Bentuk pluralitas budaya Betawi serta asal usulnya yang berasal dari berbagai etnis juga dikuatkan oleh jawaban responden saat diberikan pernyataan bahwa ada sebagian pihak yang menduga gaya komunikasi Ahok dipengaruhi oleh latar belakang dirinya sebagai etnis Tionghoa. Selain itu, sebanyak 44,50% responden kurang setuju jika gaya komunikasi Ahok dipengaruhi karena latar belakangnya sebagai etnis Tionghoa. Hal ini dikuatkan oleh pendapat Seow Wah yang menyatakan bahwa dalam hubungan interpersonal, bangsa Cina lebih menyukai toleransi, harmoni, sifat layak dipercaya. Selain itu bangsa Cina juga cenderung melakukan permainan 'muka' demi memperkuat hubungan baik, yang artinya sangat menjaga kredibilitas dan reputasinya. (Seow Wah, 2013: 10). Hasil data tersebut juga memberikan penegasan terhadap pendapat Sarbaugh yaitu adanya pengakuan terhadap perbedaan kepercayaan dan budaya dari masyarakat DKI Jakarta terhadap Ahok itulah yang menyebabkan komunikasi dapat berlangsung secara efektif, karena masyarakat kurang setuju komunikasi Ahok dipengaruhi latar belakang etnisnya.

### **B.2.3. Faktor penggunaan media.**

Faktor penggunaan media yang didalamnya termasuk media internet (media sosial) dan juga media telekomunikasi (telepon) serta dampak penggunaan media sebagai sarana Ahok melakukan komunikasi politik terhadap citra dirinya dalam persepsi masyarakat DKI Jakarta. Data tersebut menunjukkan bahwa 36,75% menyatakan setuju internet merupakan salah satu cara yang tepat dilakukan Ahok dalam menjalin komunikasi dengan warga DKI Jakarta. Hal ini tentu sejalan dengan pendapat dari Toffler dan Gun yang menyatakan sistem komunikasi komputer akan meningkatkan partisipasi secara luas dan pemerataan dalam kehidupan sosial dengan mengizinkan untuk mengakses informasi dengan mudah. Selain itu, terobosan yang dilakukan Ahok tersebut sesuai dengan pendapat Tabroni bahwa internet saat ini dapat dikatakan media yang vital dalam proses komunikasi politik. Hal ini dikarenakan, internet menjadi media paling efektif untuk menyampaikan pesan-pesan politik dari atas ke bawah ataupun sebaliknya. (Tabroni, 2012:153-154). Selain dengan internet ataupun media sosial, media komunikasi telepon genggam atau handphone juga menjadi terobosan Ahok dalam menjalin komunikasi dengan warga DKI Jakarta. Ditambah lagi, hampir sebagian besar masyarakat handphone bukan lagi barang kebutuhan tersier atau sekunder, bahkan sudah menjadi barang kebutuhan primer, karena sebagian masyarakat pasti memilikinya. Memberikan nomor handphone pribadi kepada warganya tentu menjadi terobosan dalam mengembangkan komunikasi antara pemimpin dengan masyarakatnya. Lalu bagaimana dengan persepsi masyarakat DKI Jakarta terhadap terobosan pemimpin yang memberikan nomor handphonenya? Ternyata 60% responden menyatakan

setuju jika pemimpin memberikan nomor handphone kepada masyarakatnya, agar dapat melaporkan keluhannya secara langsung. Terobosan menggunakan media dengan memanfaatkan teknologi informasi ini merupakan bagian upaya untuk mengubah pola lama masyarakat yang menganggap komunikasi harus dengan tatap muka (konvensional). Dengan penggunaan media ini, masyarakat tetap dapat melakukan komunikasi dengan pemimpinnya tanpa harus bertemu langsung, karena dapat memanfaatkan kemajuan teknologi salah satunya melalui media. Berdasarkan analisa tentang persepsi masyarakat DKI Jakarta tentang komunikasi politik Basuki Tjahaja Purnama atau Ahok, gaya komunikasi yang dilakukan Ahok ternyata sejalan dengan dari teori Berlo dalam bukunya *The Process of Communication* tentang tujuan komunikasi berdasarkan aspek informative dan persuasive. Aspek informative yaitu bertindak secara objektif, rasional, logis dan juga aspek persuasive yaitu untuk mempengaruhi orang lain dengan usaha mengubah keyakinan, nilai dan sikap mereka tidak menggunakan pola atau cara komunikasi lama (konvensional) tetapi mulai memanfaatkan teknologi informasi dalam hal ini menggunakan terobosan yaitu media sosial (Hasan: 2005: 26). Hal tersebut ditunjukkan dalam penelitian dimana faktor penggunaan media mendapat dukungan dari sebagian besar responden, baik itu media internet maupun lewat handphone.

## **C. PENUTUP**

### **C.1. Simpulan**

Persepsi masyarakat DKI Jakarta ternyata menunjukkan bahwa masyarakat DKI Jakarta tidak melihat suku, agama, ataupun etnisnya tetapi berdasarkan kemampuan dan kebutuhan masyarakat. Ahok adalah pemimpin yang dibutuhkan oleh masyarakat DKI Jakarta saat ini. Salah satu alasannya ialah karena mereka melihat Ahok merupakan figur pemimpin yang tegas dan taat pada norma dan aturan yang berlaku. Hal inipun menegaskan Ahok merupakan pemimpin dengan tipe legal rasional dimana kewenangan yang dilakukannya beranjak dari pola aturan normatif. Persepsi terhadap komunikasi politik Ahok, dari hasil penelitian disimpulkan bahwa sebagian besar masyarakat setuju dengan gaya komunikasi politik yang dilakukan Ahok meski cenderung memaksa dan mengendalikan. Meski setuju dengan gaya komunikasi Ahok tersebut, tidak demikian dengan cara bicaranya dalam menyampaikan suatu kebijakan kepada masyarakat. Cenderung kasar, blak-blakan, dengan nada tinggi dalam menyampaikan kebijakan ternyata menurut masyarakat DKI Jakarta merupakan hal yang harus dirubah oleh Ahok sebagai seorang pemimpin. Selain itu, komunikasi politik yang dilakukan Ahok dalam penyampaian pesan-pesan politiknya melalui penggunaan media dalam hal ini internet (media sosial), ternyata disukai oleh sebagian besar masyarakat DKI Jakarta. Implikasi dari hal tersebut ditunjukkan dengan tingkat kepuasan yang cukup tinggi dari masyarakat DKI Jakarta terhadap kinerja dan juga komunikasi politiknya selama menjadi wakil gubernur DKI Jakarta.

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian di atas, penulis melihat bahwa masyarakat DKI Jakarta tidak memandang perbedaan latar belakang etnis maupun agama, dalam memandang figur Ahok sebagai pemimpin. Selain membawa nuansa baru melalui penggunaan media dalam komunikasi politik, gaya komunikasi Ahok yang tegas dan mengendalikan ternyata juga disetujui oleh masyarakat DKI Jakarta. Meski demikian, cara bicara Ahok yang cenderung keras, bernada tinggi dan blak-blakan dalam menyampaikan kebijakan tentu perlu mendapat perhatian khusus, karena heterogenya masyarakat DKI Jakarta.

### **C.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang ada, penulis memberikan saran diantaranya:

1. Sebagai figur pemimpin minoritas yang memimpin masyarakat mayoritas, Ahok wajib menjaga hubungan dan harmonisasi dengan masyarakat DKI Jakarta yang berbeda secara etnis dan agama, khususnya dengan ormas-ormas keagamaan yang melakukan penolakan terhadap pengangkatannya sebagai gubernur DKI menggantikan Joko Widodo yang terpilih menjadi presiden Republik Indonesia.
2. Meski Ahok dipandang sebagai figur yang tegas dan melakukan terobosan dalam komunikasi politik oleh masyarakat DKI Jakarta, akan tetapi Ahok perlu untuk memperbaiki cara bicaranya yang blak-blakan, bernada tinggi bahkan cenderung kasar tersebut, apalagi saat ini dirinya tidak hanya wakil tetapi sudah menjadi gubernur DKI Jakarta. Sebagai pemimpin, Ahok tentu mempunyai kewajiban mengayomi dan memberikan kenyamanan terhadap semua golongan masyarakat.

## DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arriane, Lely.(2010). *Komunikasi Politik, Politisi dan Pencitraan di Panggung Politik*. Bandung : Widya Pajajaran.
- Bastian, Radis. (2013). *Ahok: Tegas, Disiplin, Tanpa Gentar, Demi Rakyat*."Yogyakarta: Palapa.
- Berlo, David K. 1960. *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. Holt, Rinehart and Winston, New York
- Coppel, Charles A. (1994). *Tionghoa Indonesia Dalam Krisis*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Gunawan, Markus. (2013). *Ahok: KoboI Jakarta Baru*. Jakarta: Visimedia.
- Hasan, Erliana. (2005). *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Heryanto, Gun Gun dan Shulhan Rumaru.(2013). *Komunikasi Politik: Sebuah Pengantar*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Nimmo, Dan. (2010). *Komunikasi Politik Khalayak dan Efek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rasyid, M.Ryaas.(2002). *Makna Pemerintahan Tinjauan dari Segi Etika dan Kepemimpinan*. Jakarta: Mutiara Sumber Widya.
- Seow Wah, Sheh. (2013). *Chinese Leadership: Mulai dari Zaman Klasik sampai Zaman Modern*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Suryadinata, Leo. (2010). *Etnis Tionghoa dan Nasionalisme Indonesia: Sebuah Bunga Rampai 1965-2008*. Jakarta : Penerbit Buku Kompas, 2010.
- Tabroni, Roni. (2012). *Komunikasi Politik Pada Era Multimedia*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Tubbs, Stewart L dan Sylvia Moss.(1996). *Human Communication: Konteks-konteks Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Weber, Max (1947). *The Theory of Social and Economic Organization*, translated by A. M. Henderson and Talcott Parsons. Edited with an introduction by Talcott Parsons. New York: Free Press.

## Sumber Internet :

[www.Ahok.org](http://www.Ahok.org)

[www.id.wikipedia.org](http://www.id.wikipedia.org), data BPS berdasarkan sensus penduduk tahun 2000 provinsi DKI Jakarta, diunduh pada 1 Agustus 2014, pk.19.00 WIB

