

**POSITIONING CITRA PKS DI MATA KONSTITUEN
(SEBUAH PENDEKATAN BRAND ASSOCIATION TERHADAP KONSTITUEN PKS DI
KELURAHAN JATI, KECAMATAN PULOGADUNG, JAKARTA TIMUR)**

Angelika Rosma

Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI
be_shabrina@yahoo.com

Abstrak. Penelitian ini menganalisa Positioning citra PKS terhadap konstituennya di Kelurahan Jati, Kecamatan Pulogadung. Positioning citra partai ini menggunakan teori brand association dan teori positioning. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey dan analisa cluster. Hasil terbesar cluster menunjukkan bahwa Citra PKS masih bagus dan positioningnya adalah Partai Dakwah.

Kata Kunci. *Citra. Brand Association. Positioning*

Abstract. *This research analyzes the Positioning of PKS image to its constituents in Jati Village, Pulogadung Sub-district. The positioning of this party image uses the theory of brand association and positioning theory. This research uses quantitative approach with survey method and cluster analysis. The largest cluster result shows that PKS image is still good and its positioning is the Da'wah Party.*

Keywords. *Citra. Brand Association. Positioning*

PENDAHULUAN.

Dalam Era Reformasi, Partai Keadilan (PK) berdiri pada tanggal 9 Agustus 1998 dan diketuai DR. Ir. Nur Mahmudi Ismail, MSc. Dalam Pemilu 1999, PK memperoleh 7 kursi DPR, 21 kursi DPRD tingkat I dan 188 kursi DPRD Tingkat II. PK peringkat ke 7 diantara 48 partai peserta Pemilu. PK menjadi Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Perubahan ini karena UU Pemilu tentang ET (*Electoral Threshold*). Pada Pemilu 2004, PKS meraih lonjakan lebih dari 650 % untuk kursi di DPR yaitu dari 7 kursi DPR pada Pemilu 1999 menjadi 45 kursi DPR pada Pemilu 2004. Dari jumlah suara, PKS meraih 8.149.457 juta secara nasional atau 7.20 %.

Banyak analisis mengatakan faktor citra positif sebagai pemicu lonjakan kekuasaan tersebut. PKS dengan jargon “Bersih dan Peduli” ini mampu mendobrak tembok faktor ketokohan. Pelonjakan suara ini tentulah membawa konsekuensi tersendiri kepada partai ini. Banyaknya konstituen yang menitipkan kepercayaannya dan memilih PKS tentu merupakan amanah dan pekerjaan tersendiri bagi partai ini. Salah satu upaya

yang sebaiknya dilakukan PKS dalam usaha menjaga loyalitas konstituennya adalah dengan menjaga kepercayaan mereka, yaitu dengan menjaga harapan yang dulu mereka titipkan kepada PKS.

Pencitraan yang ditampilkan (*the mirror image*) sebuah perusahaan atau lembaga bisa jadi berbeda persepsi dengan citra yang dirasakan (*the current image*) khalayaknya dan adanya “kesamaan” dalam beberapa lembaga menyebabkan setiap lembaga sebaiknya bisa membedakan (*mem-positioning-kan*) dirinya dalam benak khalayaknya.

Di sisi lain, hasil riset LSI yang telah disebutkan sebelumnya membuat penelitian ini menjadi lebih menarik, sebab penurunan citra—jika prediksi LSI tadi terbukti, akan terlihat—meski dalam skala yang jauh lebih kecil, di dalam pengukuran citra PKS ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Citra yang ditampilkan oleh PKS (*the mirror image*) sejalan dengan citra PKS yang dirasakan oleh konstituennya (*the current image*). (2) Positioning PKS di mata konstituennya.

Konstituen sebuah partai pada hakikatnya dapat kita analogikan sebagai seorang konsumen dalam sebuah perusahaan. Mengapa? Karena dalam hal ini berlaku prinsip-prinsip marketing yang sama yang diterapkan sebuah perusahaan untuk menjaga loyalitas konsumennya. Prinsip-prinsip marketing yang similar ini juga sepatutnya diterapkan sebuah partai politik untuk menjaga loyalitas konstituennya. Penerapan ilmu marketing ini dalam politik pada akhirnya telah melahirkan cabang ilmu pengetahuan baru, yaitu politikal marketing. Menurut Suwardi (2004) komunikasi politik dalam arti sempit adalah setiap bentuk penyampaian pesan, baik dalam lambang-lambang, maupun dalam bentuk tulisan atau kata-kata terucap (lisan) ataupun dalam bentuk isyarat yang dapat mempengaruhi kedudukan seseorang yang ada dalam suatu puncak struktur kekuasaan tertentu. Sebagai subjek akademis, perkembangan political marketing dimulai dari Amerika (Baines et al, 1999). Di Indonesia, politikal marketing merupakan keniscayaan.

Rhenald Kasali, salah seorang pakar pemasaran dalam bukunya mengatakan bahwa definisi positioning adalah bukan sesuatu yang anda lakukan terhadap produk, tetapi sesuatu yang anda lakukan terhadap otak calon pelanggan (Riset & Trout, 1986). Definisi ini dibakukan menjadi tindakan yang dilakukan marketer untuk membuat citra produk dan hal-hal yang ingin ditawarkan kepada pasarnya berhasil memperoleh posisi yang jelas dan mengandung arti dalam sasaran konsumennya. (Kasali, 1998 : 506 & 526)

Metode Penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan quantitative dan menggunakan survei. Salah satu variabel independen penelitian ini adalah karakteristik atau identitas konstituen, yaitu (1) Jenis kelamin. (2) Usia. (3) Pekerjaan. (4) Pendidikan formal. (5) Pengeluaran Rumah Tangga.

Variabel Independen (X) dalam penelitian ini adalah: (1) Citra Bersih dan Peduli *Kepemimpinan Nasional yang Bersih dari*

Korupsi dan Peduli dengan Nasib Rakyat (Platform PKS) (2) Citra Partai Dakwah *Sebagai Partai Da'wah penegak keadilan dan kesejahteraan dalam bingkai persatuan ummat dan bangsa.*(Visi umum PKS) (3). Citra Partai yang Profesional diambil dari *Tujuh Karakter Khusus Profil Kader PKS 2009* (Tim Departemen Kaderisasi DPP PK Sejahtera, Profil Kader PKS : 2005)

Variabel dependen (Y) atau dimensi dalam penelitian ini adalah: (1) Atribut produk. Pernyataan-pernyataan politik atau keputusan-keputusan politik PKS dan hasil kinerja anggota legislatifnya. (2) Person/Celebrity. Citra positif para anggota legislatif yang berasal dari PKS. Hal-hal yang terkait di dalamnya adalah kultur anti money politic, anti KKN, kinerja yang baik, peduli kepada rakyat, aspiratif dan seterusnya. (3) Customer benefit. Aksi politik dan sosial yang dilakukan PKS kepada masyarakat. Ada tiga katagori dalam aksi ini; Aksi Politik, Aksi Kemanusiaan, dan Aksi Sosial.(4) Personality. Bentuk kepribadian dan karakteristik gaya hidup yang hampir sama. (5) Product class. *Core* PKS : partai dakwah. (6) Intagibles Produk. Persepsi kualitas dari PKS yang di ambil di sini adalah profesionalisme (Lihat Tabel 1 : Operasionalisasi Konsep Variabel Penelitian) Hipotesa penelitian adalah ada hubungan yang signifikan antara Citra yang ditampilkan PKS dengan asosiasi-asosiasi yang terkandung di dalamnya.

Uji validitas setelah pengukuran dilakukan dengan confirmatory analisis. Uji reabilitas dengan menggunakan ukuran koefisien *alpha cronbach*. Penulis melakukan pengumpulan data dengan 3 cara. *Pertama*, mencari data dan informasi dengan memakai kuisioner. *Kedua*, melakukan interview. *Ketiga*, melakukan studi pustaka. Populasi penelitian ini adalah konsituen PKS yang terdaftar sebagai Anggota PKS DPRa Jati. Pendaftaran sebagai Anggota ini sebagian besar dilakukan ketika akan berlangsungnya Pemilu 2004. DPRa Jati dalam hal ini mengeluarkan Kartu Tanda Anggota (KTA) kepada para konsituen yang mendaftar secara resmi.

Untuk mendekati kepada validitas pengukuran sample, penulis mengambil sample berdasarkan Tabel Frekuensi, berdasarkan dari 250 pemilik KTA, maka jumlah sample yang harus diukur adalah 152 orang. Penentuan sampling diambil secara acak dengan menggunakan tabel angka acak (*random*). Di dalam penelitian ini data dianalisa secara induktif dan deduktif. Lokasi penelitian bertempat di Kelurahan Jati, Kecamatan Pulogadung, Jakarta Timur. Waktu penelitian berkisar kurang lebih selama 3 bulan, dimulai awal September 2006- sampai dengan awal Desember 2006.

Analisa data penelitian (multivariat) ini dilakukan dengan teknik Cluster Analysis. Cluster Analysis termasuk *Interdependence Techniques*, yang berarti tidak ada variabel dependen maupun independen, maka tidak ada model definitif untuk *Cluster Analysis*. Setelah cluster yang terbentuk dinilai valid, maka dilakukan proses profiling cluster untuk menjelaskan karakteristik setiap cluster berdasarkan profil tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN.

Jumlah kuisisioner yang masuk ke tangan penulis berjumlah 102 orang, dan 2 kuisisioner di antaranya tidak dapat di olah karena jawabannya tidak lengkap atau belum selesai di isi. Jadi, hanya 100 kuisisioner yang akan di olah datanya dalam bab ini. Dengan menggunakan persentase *responden rate*,

maka data yang di olah adalah sejumlah 65,7 % dari keseluruhan sampel awal.

Uji confirmatory analysis ini dilakukan dengan menggunakan SPSS program *Lisre* dan di lakukan per dimensi. Hasil yang di dapatkan dari pengujian validitas ini menunjukkan semua dimensi yang ada memiliki nilai signifikansi yang cukup, yaitu $> 1,96$, kecuali untuk dimensi pertama, yaitu atribut produk, maka 3 pertanyaan terakhir (7, 8, 9) menunjukkan nilai $< 1,96$, yang berarti tidak valid.

Tabel 4 – 1.
Uji Reabilitas Variabel Partai
Dakwah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.959	12

Hasil perhitungan menunjukkan *koefisien alpha* untuk keseluruhan item sebesar 0,959 (di atas angka 0,6). Oleh karena itu, disimpulkan pengukuran variabel *Partai Dakwah* adalah *realible*. Penentuan cluster menggunakan metode *non hierarchical (K-Means Cluster Analysis)* dan berhasil mengelompokkan konstituen menjadi 3 kelompok (*cluster*) dengan karakteristik yang sama pada setiap *cluster*-nya, tetapi berbeda karakteristik dengan *cluster-cluster* yang lain.

Hasil perhitungan *K-Means Cluster Analysis* adalah sebagai berikut

Tabel 4 -2
Pengujian Cluster Analysis untuk 2 Custer
Quick Cluster

Initial Cluster Centers		
	Cluster	
	1	2
Zscore(x1a)	-2.53433	2.31258
Zscore(x2a)	-2.66524	2.07735
Zscore(x3a)	-1.30443	1.87403
Zscore(x4a)	-2.43324	2.12393

Tabel 4- 3. Pengujian untuk 3 Cluster Quick Cluster

Initial Cluster Centers			
	Cluster		
	1	2	3
Zscore(x1a)	2.31258	.00453	-2.76514
Zscore(x2a)	2.07735	.74942	-3.04465
Zscore(x3a)	1.87403	-3.30020	1.20877
Zscore(x4a)	2.12393	.98464	-.32993

Tabel 4 – 4 Hasil Uji ANOVA terhadap 3 Cluster

ANOVA						
	Cluster		Error		F	Sig.
	Mean Square	Df	Mean Square	df		
Zscore(x1a)	27.086	2	.322	97	83.999	.000
Zscore(x2a)	31.298	2	.385	97	81.251	.000
Zscore(x3a)	24.069	2	.536	97	44.916	.000
Zscore(x4a)	21.817	2	.367	97	59.398	.000

The F tests should be used only for descriptive purposes because the clusters have been chosen to maximize the differences among cases in different clusters. The observed significance levels are not corrected for this and thus cannot be interpreted as tests of the hypothesis that the cluster means are equal.

Number of Cases in each Cluster		
Cluster	1	26.000
	2	11.000
	3	63.000
Valid		100.000
Missing		2.000

Berdasarkan hasil olah data *cluster analysis* di atas, di dapatkan 3 cluster di antara 100 Konstituen yang memberikan pendapatnya tentang *Positioning Citra* PKS. Berdasarkan variabel dan karakteristik yang kuat yang

terdapat dalam setiap kelompok, maka kelompok tersebut diberi nama; *Cluster 1: Konstituen Loyal atau KL (26 %)* *Cluster 2: Konstituen Kritis atau KK (11%)* *Cluster 3: Konstituen Moderat*

atau KM (63%). Dilihat dari segi jumlah konstituen, maka *Kelompok 1 (KL)* memiliki jumlah 26 konstituen, *Kelompok 2 (KK)* memiliki jumlah 11 konstituen, dan *Kelompok 3 (KM)* memiliki jumlah 63 konstituen.

Identifikasi penamaan di atas berdasarkan kepada hasil tingkat kesesuaian jawaban konstituen di kuisioner. *KL* adalah kelompok yang memiliki jawaban dengan *skala nilai tertinggi* atau berada pada kisaran jawaban “*sesuai dan sangat sesuai*”, *KK*

adalah kelompok yang memiliki jawaban dengan *skala nilai terendah* atau berada pada kisaran jawaban “*tidak sesuai dan sangat tidak sesuai*”, sedangkan *KM* adalah kelompok yang memiliki jawaban dengan *skala nilai pertengahan* atau berada pada jawaban dengan skala nilai “*cukup sesuai*”. Ada beberapa profil demografi atau karakteristik yang di ukur dalam penelitian ini. Pengukuran karakteristik ini menggunakan Tabulasi Silang (*Crosstabs*).

Profil pertama adalah mengenai *Jenis Kelamin (Gender)*.

Tabel Profil Pertama Jenis Kelamin * Cluster Number of Case Crosstabulation						
			Cluster Number of Case			Total
			1	2	3	
jenis kelamin	Pria	Count	17	7	20	44
		% within Cluster Number of Case	65.4%	63.6%	32.3%	44.4%
	Wanita	Count	9	4	42	55
		% within Cluster Number of Case	34.6%	36.4%	67.7%	55.6%
Total		Count	26	11	62	99
		% within Cluster Number of Case	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Profil yang kedua adalah mengenai *Usia*

Tabel Profil Kedua Usia * Cluster Number of Case Crosstabulation						
			Cluster Number of Case			Total
			1	2	3	
usia	15 - 25 th	Count	5	3	7	15
		% within Cluster Number of Case	19.2%	27.3%	11.3%	15.2%
	25 - 35 th	Count	8	1	19	28
		% within Cluster Number of Case	30.8%	9.1%	30.6%	28.3%
	35 - 45 th	Count	5	4	16	25
		% within Cluster Number of Case	19.2%	36.4%	25.8%	25.3%
	45 - 55 th	Count	3	1	12	16
		% within Cluster Number of Case	11.5%	9.1%	19.4%	16.2%

55 - 65 th	Count	5	2	8	15
	% within Cluster Number of Case	19.2%	18.2%	12.9%	15.2%
Total	Count	26	11	62	99
	% within Cluster Number of Case	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Profil yang ketiga adalah mengenai *Pekerjaan*

Tabel Profil Ketiga Pekerjaan * Cluster Number of Case Crosstabulation						
			Cluster Number of Case			Total
			1	2	3	
pekerjaan	PNS	Count	1	0	2	3
		% within Cluster Number of Case	4.2%	.0%	3.4%	3.2%
	Karyawan swasta	Count	8	1	11	20
		% within Cluster Number of Case	33.3%	10.0%	18.6%	21.5%
	Karyawan BUMN/BUMD	Count	0	1	1	2
		% within Cluster Number of Case	.0%	10.0%	1.7%	2.2%
	Pedagang/Pengusaha	Count	5	3	7	15
		% within Cluster Number of Case	20.8%	30.0%	11.9%	16.1%
	Ibu rumah tangga	Count	7	2	29	38
		% within Cluster Number of Case	29.2%	20.0%	49.2%	40.9%
	Pensiun/tidak bekerja	Count	2	0	2	4
		% within Cluster Number of Case	8.3%	.0%	3.4%	4.3%
	Pelajar/mahasiswa	Count	0	2	2	4
		% within Cluster Number of Case	.0%	20.0%	3.4%	4.3%
	lain-lain	Count	1	1	5	7
		% within Cluster Number of Case	4.2%	10.0%	8.5%	7.5%
	Total	Count	24	10	59	93
		% within Cluster	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

	Number of Case				
--	-----------------------	--	--	--	--

Profil yang keempat adalah mengenai *Pendidikan*

Tabel Profil Keempat Pendidikan terakhir * Cluster Number of Case Crosstabulation

			Cluster Number of Case			Total
			1	2	3	
Pendidikan terakhir	SLTA	Count	11	3	22	36
		% within Cluster Number of Case	42.3%	30.0%	36.7%	37.5%
	Diploma	Count	4	2	5	11
		% within Cluster Number of Case	15.4%	20.0%	8.3%	11.5%
	Sarjana/ sederajat	Count	4	4	6	14
		% within Cluster Number of Case	15.4%	40.0%	10.0%	14.6%
	Master/ sederajat	Count	1	1	2	4
		% within Cluster Number of Case	3.8%	10.0%	3.3%	4.2%
	Lain-lain	Count	6	0	25	31
		% within Cluster Number of Case	23.1%	.0%	41.7%	32.3%
	Total	Count	26	10	60	96
		% within Cluster Number of Case	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Profil yang kelima adalah mengenai *Pengeluaran Rumah Tangga*

Tabel Profil Kelima Pengeluaran * Cluster Number of Case Crosstabulation

			Cluster Number of Case			Total
			1	2	3	
pengeluaran	< Rp. 1.000.000	Count	11	1	25	37
		% within Cluster Number of Case	47.8%	11.1%	43.9%	41.6%
	Rp. 1.000.000 -	Count	6	2	22	30

	2.000.000	% within Cluster Number of Case	26.1%	22.2%	38.6%	33.7%
	Rp. 2.000.000 - 3.000.000	Count	3	3	9	15
		% within Cluster Number of Case	13.0%	33.3%	15.8%	16.9%
	Rp. 3.000.000 - 4.000.000	Count	2	3	0	5
		% within Cluster Number of Case	8.7%	33.3%	.0%	5.6%
	> Rp. 5.000.000	Count	1	0	1	2
		% within Cluster Number of Case	4.3%	.0%	1.8%	2.2%
Total		Count	23	9	57	89
		% within Cluster Number of Case	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Interpretasi berdasarkan setiap cluster adalah sebagai berikut. *Cluster 1: Konstituen Loyal atau KL (26 %)*. Dari 100 jumlah kuisioner yang masuk, 26 di antaranya memiliki tingkat jawaban kesesuaian tertinggi diantara 3 variabel yang di ukur, yaitu *Citra Bersih dan Peduli, Citra Partai Dakwah, dan Citra Profesional*. Secara konsisten, 26 konstituen ini memberikan jawaban dengan *skala nilai tertinggi, yaitu sesuai dan sangat sesuai*, dengan kisaran nilai antara 4 dan 5.

Identifikasi penamaan *Loyal* di sini mengacu kepada *kesamaan cara pandang atau memiliki persepsi yang sama* antara Citra yang Ditampilkan (*The Mirror Image*) oleh PKS, dengan Citra yang Dirasakan (*The Current Image*) oleh Konstituen PKS. Perkataan *Loyal* mengandung arti bahwa kesamaan dalam memandang Citra PKS tersebut membuat cluster ini sebagai *Konstituen yang Loyal* dikarenakan *KL puas* terhadap performance PKS, khususnya kepada penilaian performance PKS pasca tahun 2004.

Jika di lihat lebih jauh, di dalamnya mungkin terdapat hubungan yang intens serta komunikasi yang baik antara Pengurus DPR Jati dengan Kelompok KL ini.

Cluster 2: Konstituen Kritis atau KK (11%) Kostituen kritis berjumlah 11 orang atau 11% dari 100 jumlah kuisioner yang

masuk. KK adalah cluster dengan tingkat jawaban ketidak-sesuaian tertinggi diantara 3 variabel yang di ukur, yaitu *Citra Bersih dan Peduli, Citra Partai Dakwah, dan Citra Profesional*. Secara konsisten, 11 konstituen ini memberikan jawaban dengan *skala nilai terendah, yaitu tidak sesuai dan sangat tidak sesuai*, dengan kisaran nilai antara 1 dan 2. Identifikasi penamaan *Kritis* di sini mengacu kepada *ketidaksamaan cara pandang atau persepsi yang berbeda* antara Citra yang Ditampilkan (*The Mirror Image*) PKS, dengan Citra yang Dirasakan (*The Current Image*) oleh Konstituen. Perkataan *Kritis* mengandung arti Konstituen *tidak sama* dalam memandang Citra PKS tersebut. Kelompok KK bahkan bisa di interperasikan sebagai Kelompok Konstituen yang “*Kecewa*” dengan performance PKS pasca 2004.

Profil demografi KK mengatakan—kebalikan dari KL; bahwa *Citra PKS tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan*.

Cluster 3: Konstituen Moderat atau KM (63%). Dari 100 jumlah kuisioner yang masuk, 63 di antaranya memiliki tingkat jawaban kesesuaian menengah atau rata-rata di antara 3 variabel yang di ukur, yaitu *Citra Bersih dan Peduli, Citra Partai Dakwah, dan Citra Profesional*. Secara konsisten juga, 63 konstituen ini memberikan jawaban dengan

skala nilai rata-rata yaitu cukup sesuai, berkisar antara 3 (dengan sedikit jawaban sesuai atau nilai 4 di dalamnya).

Identifikasi penamaan *Moderat* di sini mengacu kepada kesamaan cara pandang atau persepsi yang cukup sama antara Citra yang Ditampilkan (*The Mirror Image*) PKS, dengan Citra yang Dirasakan (*The Current Image*) oleh Konstituen PKS. Perkataan *Moderat* mengandung arti bahwa kesamaan dalam memandang Citra PKS tersebut membuat cluster ini sebagai *Konstituen yang Moderat* dikarenakan kelompok KD cukup puas terhadap performance PKS, khususnya penilaian performance PKS pasca tahun 2004.

Analisa cluster KL, KK, dan KM di atas akan lebih jelas terbaca jika kita melihat bagaimana cara pandang mereka dalam mem-positioningkan PKS dengan partai-partai Islam lainnya. Pertanyaan positioning PKS ini ada 4 item (mulai dari pertanyaan No.74 sampai dengan No. 77) di dalam kuisiонер yang disebar dan sebagian dari pertanyaan tersebut memakai skala yang berbeda. Untuk memudahkan analisa, data yang di dapatkan di analisa dengan Metode Tabulasi Silang (*Crosstabs*). Hasil data tersebut adalah sebagai berikut.

**Tabel 4 – 5 Positioning PKS
Crosstabs**

74 * Cluster Number of Case Crosstabulation						
			Cluster Number of Case			Total
			1	2	3	
74	Pernah	Count	21	7	45	73
		% within Cluster Number of Case	80.8%	63.6%	76.3%	76.0%
	Tidak pernah	Count	5	4	14	23
		% within Cluster Number of Case	19.2%	36.4%	23.7%	24.0%
Total	Count	26	11	59	96	
	% within Cluster Number of Case	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

75 * Cluster Number of Case Crosstabulation						
			Cluster Number of Case			Total
			1	2	3	
75	PPP	Count	11	4	20	35
		% within Cluster Number of Case	64.7%	66.7%	46.5%	53.0%
	PKB	Count	1	1	1	3
		% within Cluster Number of Case	5.9%	16.7%	2.3%	4.5%

PAN	Count	4	1	22	27
	% within Cluster Number of Case	23.5%	16.7%	51.2%	40.9%
PBB	Count	1	0	0	1
	% within Cluster Number of Case	5.9%	.0%	.0%	1.5%
Total	Count	17	6	43	66
	% within Cluster Number of Case	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

76 * Cluster Number of Case Crosstabulation

		Cluster Number of Case			Total	
		1	2	3		
76	Sangat lebih buruk	Count	3	1	1	5
		% within Cluster Number of Case	12.0%	11.1%	1.8%	5.5%
	Lebih buruk	Count	9	4	11	24
		% within Cluster Number of Case	36.0%	44.4%	19.3%	26.4%
	Sama dengan	Count	9	4	37	50
		% within Cluster Number of Case	36.0%	44.4%	64.9%	54.9%
	Lebih baik	Count	4	0	7	11
		% within Cluster Number of Case	16.0%	.0%	12.3%	12.1%
	Sangat lebih baik	Count	0	0	1	1
		% within Cluster Number of Case	.0%	.0%	1.8%	1.1%
	Total	Count	25	9	57	91
		% within Cluster Number of Case	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

77 * Cluster Number of Case Crosstabulation

		Cluster Number of Case			Total	
		1	2	3		
77	Partai Islam	Count	23	6	55	84
		% within Cluster Number of Case	88.5%	54.5%	93.2%	87.5%
	Partai dakwah	Count	1	3	4	8
		% within Cluster	3.8%	27.3%	6.8%	8.3%

		Number of Case			
Partai yang bersih dari money politic dan bebas KKN	Count	2	1	0	3
	% within Cluster Number of Case	7.7%	9.1%	.0%	3.1%
Lainnya	Count	0	1	0	1
	% within Cluster Number of Case	.0%	9.1%	.0%	1.0%
Total	Count	26	11	59	96
	% within Cluster Number of Case	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

78 * Cluster Number of Case Crosstabulation

		Cluster Number of Case			Total
		1	2	3	
Partai dakwah	Count	16	4	26	46
	% within Cluster Number of Case	66.7%	44.4%	46.4%	51.7%
Partai yang profesional	Count	4	0	5	9
	% within Cluster Number of Case	16.7%	.0%	8.9%	10.1%
Partai yang bersih dari money politic dan bebas KKN	Count	4	5	7	16
	% within Cluster Number of Case	16.7%	55.6%	12.5%	18.0%
Percaya kepada pemimpinnya	Count	0	0	18	18
	% within Cluster Number of Case	.0%	.0%	32.1%	20.2%
Total	Count	24	9	56	89
	% within Cluster Number of Case	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

79 * Cluster Number of Case Crosstabulation						
			Cluster Number of Case			Total
			1	2	3	
79	Partai yang profesional	Count	9	1	6	16
		% within Cluster Number of Case	37.5%	11.1%	10.7%	18.0%
	Partai yang bersih dari money politic dan bebas KKN	Count	9	2	20	31
		% within Cluster Number of Case	37.5%	22.2%	35.7%	34.8%
	Percaya kepada pemimpinnya	Count	6	4	7	17
		% within Cluster Number of Case	25.0%	44.4%	12.5%	19.1%
	Lainnya	Count	0	2	23	25
		% within Cluster Number of Case	.0%	22.2%	41.1%	28.1%
	Total	Count	24	9	56	89
		% within Cluster Number of Case	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Analisa Positioning PKS berdasarkan data di atas adalah sebagai berikut. Hampir setiap cluster pernah memilih partai Islam lain (KL 80.8 %, KK 63.6%, dan KM 76.3%). Partai Islam lain yang di pilih oleh Kostituen PKS sebelumnya berturut-turut adalah (dengan memakai jumlah persentase terbesar) Kelompok KL memilih PPP dan PAN, Kelompok KK memilih PPP, sedangkan PAN dan PKB berada pada persentase yang sama dan terakhir Kelompok KM memilih PPP dan PAN.

Yang cukup menarik dari hasil pertanyaan No. 75 ini adalah banyaknya konstituen yang tidak mau menjawab. Hal ini mungkin dikarenakan hal tersebut dianggap sebagai sesuatu yang bersifat pribadi. Namun, yang sangat menarik adalah meskipun mereka tidak mau menjawab pertanyaan tersebut, namun semua konstituen mau menjawab pertanyaan No. 76. Jadi, mereka memberikan penilaian, tetapi tidak mau memberi tahu nama partai

apa yang mereka nilai. Hal ini mungkin terkait dengan sikap orang Indonesia yang memiliki budaya sikap santun, sehingga meskipun memberikan penilaian tetapi tetap menutupi identitas.

Pertanyaan Positioning PKS mulai terarah pada pertanyaan No. 76, yaitu tentang citra partai Islam lain dibandingkan dengan PKS. berdasar data yang terbaca, mayoritas berada pada tataran sama saja dengan PKS dan lebih buruk dari PKS. Perbedaan persentase yang ada di antara 2 kelompok pendapat ini tidaklah besar. Hampir 1/3 dari setiap cluster yang ada menjawab bahwa citra partai Islam lain lebih buruk dari PKS, dan 1/3 lainnya mengatakan sama saja. Hal ini mengindikasikan bahwa PKS masih harus bekerja keras jika ingin “membuktikan” positioningnya sebagai *Partai Islam yang Profesional*.

Terakhir, berdasarkan dari 3 jawaban terbesar yang di pilih para konstituen sebagai dasar

pertimbangan memilih PKS, maka komposisi jawaban terbanyak setiap cluster adalah sebagai berikut. (1) Partai Islam (84 orang atau 87.5 %) (2) Partai Dakwah (46 orang atau 51.7 %) (3) Partai yang Bersih dari *Money Politic* dan Bebas KKN (31 orang atau 34.8 %) (4) Percaya kepada Pemimpinnya (18 orang atau 20.2 %) (5) Partai yang Profesional (16 orang atau 18.0 %) (7) Lain-lain (28.1 %)

Simpulan. Berdasarkan hipotesis awal, dari jumlah total konstituen dari 2 cluster tersebut adalah 89 dari 100 konstituen yang ukur, maka bisa disimpulkan jawaban hipotesis di atas adalah *The Mirror Image PKS sama dengan The Current Image yang Kostituen presepsikan atau rasakan di lapangan. Ada signifikansi antara asosiasi-asosiasi yang ada di dalam citra PKS dengan citra PKS yang terdapat di lapangan.*

Meskipun adanya salah satu cluster, KK, yang memperlihatkan Citra PKS tersebut tidak sesuai lagi dengan apa yang mereka harapkan atau apa yang mereka lihat dari kenyataan di lapangan. Hal ini adalah sesuatu yang bisa di telusuri oleh kalangan internal PKS sendiri, menimbang dari berbagai aspek yang tidak terukur melalui penelitian ini.

Lebih jauh lagi, citra Aleg PKS yang positif dapat kita samakan dengan positioning para pemimpin PKS. Kenapa penulis menyamakan 2 hal tersebut, karena dalam pengukuran positioning, dua hal tadi menjadi dasar pertimbangan konstituen mengapa ia memilih PKS, yaitu Percaya kepada Pemimpinnya (18 orang atau 20.2 %) dan Partai yang Bersih dari *Money Politic* dan Bebas KKN (16 orang atau 18.0%). Pengukuran positioning ini menunjukkan *Citra Partai Dakwah* yang di usung oleh PKS ternyata sudah tersosialisasi dan diakui kredibilitasnya di mata konstituennya.

Di sisi lain, *Citra Profesionalitas* memang merupakan urutan ke 5, tetapi terpilihnya *Partai yang Bersih dari Money Politic dan Bebas KKN* (31 orang atau 34.8 %) dan *Percaya kepada Pemimpinnya* (18 orang atau 20.2 %) sebagai pilihan jawaban terbesar no 3 dan 4 menunjukkan performance dan kinerja

PKS yang masih memuaskan harapan mereka, sekaligus menjadi harapan mereka bagi PKS itu sendiri. Implikasinya adalah jika terdapat ketidak jujuran dalam kinerja publik PKS atau “kesalahan akhlak” pemimpin PKS, maka bisa diprediksi akan mengakibatkan turunnya kepercayaan konstituen (*public distrust*) terhadap PKS. Penulis berpendapat, *Partai yang Bersih dari Money Politic dan Bebas KKN dan Percaya kepada Pemimpin* (PKS) nya ini pada hakikatnya merupakan turunan dari *Citra Partai Dakwah* itu sendiri. Jadi, positioning PKS yang ternyata terukur dalam penelitian ini bukanlah *Citra Profesionalisme*, melainkan *Citra Partai Dakwah*.

DAFTAR PUSTAKA

- Brannan, Tom. 2004. *Intergrated Marketing Communications. Memadukan Upaya Public Relations, Iklan, dan Promosi untuk Membangun Identitas Merek*. PPM. Jakarta
- Baines, Paul R ; Brennan, Ross, Egan, Jhon, 2003 : *Structure and Strategy in Political Market*. Middlesex University Discussion Paper Series, Middlesex University Bussiness Schol London
- Bannon, Declan P (2004), “*Marketing Segmentation and Politikal Marketing*” Paisley Bussines School, Paisley-UK
- Henneberg (A), Stephan C.M, (2004) “*Political Marketing Theory: Hendiadyoin or Oxymoron*” Working Paper Series, University of Bath, England
- Jefkin, Frank, 1997. *Planned Press and Public Relations*. International Textbook Company, London.
- Kotler, Philip. *Marketing Management*, The Millinnium Edition, Prentice-Hall, Inc.
- Machmudi, Yon 2005. *Partai Keadilan Sejahtera “Wajah baru Islam Politik Indonesia”*, Harakatuna Publishing, Bandung.
- Nimmo, Dan. 2005. *Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan dan Media (Terjemahan: Political Communication*

and Public Opinion in Amerika). PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Suwardi, Prof. Dr. Harsono Sasa Djuarsa Sendjaja, Ph.D, Drs. Setio Budi H H, 2002. *Politik, Demokrasi dan*

Manajemen Komunikasi, Galang Press. Jakarta.

Tim Departemen Kaderisasi DPP PK Sejahtera. 2005. *Profil Kader PK Sejahtera 2009*. Syaamil Cipta Media. Bandung