

Oleh :  
Bella Putri Caesa W. K.



### Abstraksi

Adanya perubahan gaya komunikasi kepemimpinan seorang pemimpin menimbulkan konsekuensi bahwa pemimpin tidak harus figur yang dibutuhkan Bangsa Indonesia. Padahal, di tengah perkembangan zaman seperti saat ini, dibutuhkan pemimpin yang mampu mengayomi dan mempersatukan rakyat Indonesia, bukan pemimpin yang selalu memoles citra di depan rakyat ataupun pemimpin yang selalu mengumbar janji demi kepentingan pribadi dan golongannya. Saat ini, figur pemimpin yang diharapkan rakyat Indonesia adalah pemimpin yang mau mendengarkan aspirasi rakyat kemudian mewujudkan dalam bentuk nyata dan bukan sekedar janji belaka.

Dewasa ini, banyak bermunculan figur yang mengandalkan pencitraan lewat media massa untuk mendongkrak popularitas. Tantangan untuk menjadi figur pemimpin substansial seperti kabur karena citra palsu yang ditunjukkan di media massa.

Sudah saatnya ada generasi dan regenerasi baru yang mampu menjadi figur pemimpin yang substansial untuk menghalangi munculnya pemimpin artifisial. Adanya pemimpin artifisial dikhawatirkan akan menghambat perkembangan munculnya tokoh dengan jiwa kepemimpinan yang substansial.

Kata Kunci: pemimpin, artifisial

### PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara besar dengan masyarakat yang multikultural. Namun, sejak era reformasi, bangsa ini mengalami krisis kepemimpinan. Figur yang muncul merupakan figur yang terobsesi menjadi pemimpin dengan cara apapun asalkan keinginannya menjadi pemimpin/penguasa tercapai. Dahulu, Indonesia pernah memiliki figur pemimpin besar yang tidak hanya dicintai rakyat tapi juga disegani di kancah internasional, seperti Ir. Soekarno, Drs. Mohammad Hatta, dan Sutan Syahrir. Menurut sejarah Indonesia, mereka adalah pemimpin substansial yang mempunyai

integritas tinggi karena mampu mengangkat harga diri Bangsa Indonesia. Hal tersebut membuktikan bahwa mereka bukanlah pemimpin yang asal jadi, tetapi pemimpin yang benar-benar memimpin Bangsa Indonesia.

Saat ini Indonesia seperti terjebak dalam lingkaran kepemimpinan yang hanya mengandalkan pencitraan dan obsesi berkuasa. Pemimpin dengan gaya tersebut sering dikenal sebagai pemimpin artifisial. Mereka bagaikan pemimpin dalam arti julukan saja, bukan orang-orang yang berjiwa pemimpin sebenarnya.

Pemimpin artifisial tersebut menggebar-geborkan citra dirinya demi

mendapat simpati rakyat dengan beragam kepentingan pribadi dan golongan. Mereka memanfaatkan media massa untuk membangun citra positif. Media massa menjadi sangat strategis untuk membentuk citra seseorang menjadi layaknya malaikat penolong yang mampu memperbaiki bangsa ini. Tulisan ini akan membahas mengenai pemimpin artifisial di kancah perpolitikan Indonesia, peran media massa dalam pembentukan citra tersebut, dan dampaknya bagi masyarakat.

## PEMBAHASAN

### Pengertian Pemimpin Artifisial

Masyarakat Indonesia mulai ramai membicarakan tentang pemimpin artifisial setelah era reformasi dimana semua orang bebas untuk berkumpul dan berpendapat, serta media bebas untuk menginformasikan berbagai hal termasuk informasi mengenai figur tertentu. Dalam tahap inilah banyak muncul figur-figur yang dianggap sebagai pemimpin artifisial. Lalu, apakah yang dimaksud dengan pemimpin artifisial?

Pada teori kepemimpinan, sebenarnya tidak dibahas mengenai apa itu pemimpin artifisial, tetapi dijelaskan secara tersirat bahwa pemimpin merupakan figur yang dibuat dan bukan dilahirkan. Teori ini berfokus pada tindakan para pemimpin dan bukan pada kualitas mental. Menurut teori ini, seseorang dapat belajar menjadi pemimpin melalui pengajaran dan observasi. Jadi, tidak ada seorang pun yang memiliki karakter dan figur seorang pemimpin secara langsung sejak dia lahir. Dia harus belajar menjadi seorang pemimpin ketika sudah mulai bisa berpikir dan menggunakan akalunya.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, artifisial adalah **berarti** "tidak alami, buatan". Berdasarkan arti kata tersebut, sesuatu yang dibuat secara sengaja ataupun yang tidak alami bisa dikatakan sebagai artifisial. Dalam bahasan ini, "pemimpin artifisial" bisa diartikan sebagai "pemimpin buatan".

Teori kepemimpinan di atas menjelaskan bahwa seseorang bisa jadi pemimpin melalui proses buatan, yaitu melalui proses belajar menjadi pemimpin. Namun, dalam pembahasan ini, pemimpin artifisial/buatan tidaklah sama dengan pemimpin yang membuat dirinya sendiri menjadi pemimpin melalui pembelajaran. Pemimpin artifisial dalam bahasan ini adalah pemimpin yang mengandalkan citra yang dibuat secara sengaja, yang lazim disebut sebagai pencitraan. Pencitraan pada dasarnya merupakan proses rekayasa untuk menampilkan suatu objek menjadi lebih menarik jika dibandingkan dengan realitanya. Pemimpin artifisial adalah pemimpin yang lahir dari manipulasi pencitraan, rekayasa politik, dan politik uang. Cara demikian memungkinkan seorang pemimpin dicangkok dari atas, bukan muncul dan berjuang dari bawah.

Seorang pemimpin yang mempunyai kepentingan tersendiri tentu akan membuat citra dirinya menjadi positif di hadapan masyarakat. Pencitraan itu dibuat untuk menarik simpati dari masyarakat. Jika simpati sudah didapat maka seorang pemimpin tersebut merasa dirinya mampu untuk menjadi pemimpin yang dicintai rakyat. Semestinya, seorang pemimpin muncul secara alamiah dari rakyat dan dipilih serta didukung oleh komunitas terdekatnya, karena seorang

pemimpin didaulat mewujudkan cita-cita dari para pendukungnya, bukan cita-cita dari si tokoh ataupun kelompok politiknya untuk berkuasa.

### **Sebab dan akibat munculnya pemimpin artifisial**

Terdapat berbagai sebab munculnya pemimpin artifisial, seperti pandangan mengenai pemimpin ideal idaman masyarakat dan strategi politik. Meski tidak ada definisi yang jelas seperti apa pemimpin ideal idaman masyarakat tersebut, tetapi bisa dipastikan semua hal positif menjadi pertimbangan. Adanya stigma dari masyarakat inilah yang kemudian menyebabkan seorang pemimpin berlomba-lomba membuat pencitraan yang positif. Sebab kedua adalah strategi politik. Pencitraan sebagai pemimpin ideal menjadi strategi yang dinilai ampuh untuk menarik simpati rakyat.

Pencitraan tak lepas dari peran media massa yang menyebarluaskan figur pemimpin tersebut. Media massa memiliki kedudukan penting sebagai wadah interaksi antara rakyat dan pemimpinnya. Media massa saat ini menjadi salah satu di antara pilihan yang digunakan untuk mencapai tujuan komunikasi politik. Para peneliti percaya bahwa media massa berpengaruh penting dalam proses pembentukan cara berpikir dan berperilaku politik masyarakat. Namun, media massa juga bisa memunculkan polemik di masyarakat yang terkadang condong terhadap salah satu tokoh atau golongan tertentu.

Media massa yang seharusnya menjadi wadah penyedia informasi yang berpihak pada kebenaran dan kepentingan publik terkesan menjadi wadah pencitraan

dan saling adu keunggulan masing-masing tokoh serta mencela tokoh lain yang berlawanan. Pencitraan seperti inilah yang berpengaruh pada pola pikir masyarakat. Mereka menjadi teramat berharap terhadap figur tersebut. Ketika pemimpin yang mereka pilih tak mampu merealisasikan janjinya, timbullah rasa tidak percaya dari masyarakat terhadap pemimpin pilihan mereka tersebut.

### **Penanggulangan terhadap pemimpin artifisial**

Peran masyarakat menjadi sangat penting untuk memilah dan memilih figur pemimpin yang dibutuhkan negara ini, begitu juga peran media massa yang harus menginformasikan sebuah kebenaran. Peran aktif dari semua lapisan masyarakat menjadi hal yang sangat krusial untuk mencegah munculnya figur pemimpin yang mengandalkan pencitraan saja.

Partai politik sejatinya adalah kelompok politik yang berafiliasi kepada kepentingan publik, yang semestinya menjadi wadah untuk mengkader figur tertentu menjadi pemimpin yang mampu memimpin dan dibutuhkan bangsa ini. Didasarkan pada kepentingan rakyat, maka partai politik harusnya lebih terbuka untuk memberikan pendidikan politik bagi rakyat. Pendidikan politik bisa dilakukan melalui sosialisasi dan kampanye politik. Namun, dewasa ini, kampanye hanya dijadikan ajang pencitraan dari tokoh calon pemimpin. Kampanye politik yang biasa dilakukan menjelang pelaksanaan pemilihan umum seharusnya bertujuan, d i a n t a r a n y a , m e m b a n g u n , mengendalikannya, dan mengontrol opini publik khususnya berkaitan dengan citra seorang figur. Kampanye politik bermaksud untuk memperkenalkan calon

pemimpin kepada khayalak luas, kemudian setelah dikenal, diharapkan akan dipilih dalam pemilu. Popularitas terletak satu tangga di bawah elektabilitas, maka daya kenal harus ditingkatkan menjadi daya coblos. Kampanye politik seharusnya tidak hanya mengandalkan ketenaran figur belaka, tetapi juga menampilkan rekam jejak dan sisi lain dari figur tersebut. Di sinilah peran penting dari media massa, yaitu menjadi penyeimbang pencitraan seorang figur dan bukan ikut serta dalam kampanye pencitraan figur tersebut. Media massa wajib menyediakan informasi mengenai segala sisi dari seorang figur yang mampu menjadi bahan pertimbangan masyarakat untuk memilih.

Seseorang atau sekelompok orang dapat sangat bergantung pada media dalam menentukan pilihan-pilihan sikap dan tindakan politisnya. Media massa sepatutnya menjadi wadah ketersediaan informasi yang akurat dan menyajikan kebenaran, dan bukan menjadi wadah bagi tokoh dan kelompok kepentingan politik tertentu untuk mendapatkan akses informasi dan merekayasa informasi demi pencitraan, kepentingan, dan keuntungan bagi kelompok politik mereka.

Peran media massa dan partai politik menjadi sangat penting untuk mengedukasi masyarakat yang akan memilih pemimpin mereka. Program voter education bagi masyarakat harus lebih maju. Materi pendidikan politik pemilih tidak hanya berhenti pada rasionalisasi partisipasi rakyat dalam pemilu secara normatif menyangkut prosedur, pentahapan, dan proses pemilu secara umum, tetapi juga pada edukasi mengenai calon pemimpin mereka nantinya.

Menjadi sebuah keharusan bagi partai politik untuk melahirkan pemimpin yang bukan menjadi cita-cita politik partai saja, melainkan pemimpin yang memang didaulat oleh masyarakat untuk memimpin mereka. Keharusan mengedukasi masyarakat juga berada pada peran media massa. Informasi mengenai tokoh yang akan menjadi pemimpin harus benar-benar akurat, sehingga masyarakat bisa melihat secara nyata seperti apa tokoh tersebut. Informasi yang akurat menjadi acuan masyarakat untuk menakar kemampuan figur tersebut untuk menjadi pemimpin yang mereka harapkan. Jika media massa tidak berprinsip seperti itu, dikhawatirkan justru akan menjerumuskan masyarakat dalam ketidaktahuan mereka mengenai pemimpin tersebut.

Regenerasi pemimpin substansial menjadi sangat penting untuk menghalangi munculnya pemimpin artifisial. Adanya pemimpin artifisial dikhawatirkan akan menghambat perkembangan munculnya tokoh-tokoh dengan jiwa kepemimpinan yang substansial. Regenerasi pemimpin substansial sangatlah krusial, karena jika tidak ada lagi generasi pemimpin substansial maka bisa dipastikan panggung perpolitikan Indonesia akan dipenuhi dengan pencitraan yang hanya menguntungkan pribadi dan golongan tertentu saja. Regenerasi ini menjadi tanggung jawab partai politik dan juga butuh peran serta dari masyarakat. Partai politik seharusnya mampu mengkader anggotanya untuk menjadi pemimpin substansial yang mampu memimpin bangsa dan negara, bukannya pemimpin yang hanya mengandalkan citra dan polesan

palsu di media massa. Modal utama yang harus diusung oleh pemimpin adalah kemauan dan kemampuan mereka yang mumpuni untuk menjadi pemimpin. Saat ini, yang dibutuhkan Indonesia adalah pemimpin yang sungguh-sungguh hendak melayani, dengan mentalitas pelayanan yang melebihi "mentalitas kepemimpinan". Seorang pemimpin sejati yang bijaksana yang berani mengikuti jalan pemikiran kebijaksanaannya sendiri punya banyak kemungkinan untuk berhasil.

### KESIMPULAN

Pemimpin artifisial secara umum dapat diartikan sebagai figur yang

dijadikan tokoh untuk mendulang simpatik rakyat dengan citra positif yang dibangun oleh media massa yang memoles figur tersebut agar menjadi tokoh yang bisa dijual ke publik. Figur tersebut adalah orang yang secara pribadi memiliki kemauan untuk memimpin, bahkan memiliki ambisi menjadi penguasa.

Kelompok politik atau partai politik harus aktif mencetak tokoh-tokoh yang memang mampu memimpin dan dibutuhkan bangsa ini. Persepsi positif atau negatif yang disuarakan media sedikit banyak mempengaruhi opini publik. Media massa juga harus mengabarkan kebenaran dan berpihak pada kepentingan bangsa untuk jadi lebih baik.

### Daftar Pustaka

- Abdul Malik, Ign Haryanto, Rika Theo. Foke Atau Jokowi? "Menguji Keberimbangan Media Dalam Pemilihan Gubernur Jakarta 2012. Jakarta Selatan: Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Jakarta, 2012.
- Alfian. M, Alfian. Pemimpin Yang Pelayan "Esai-Esai Seputar Kepemimpinan, Mentalitas, dan realitas Sosial". cet. 1. Malang: In-Trans Publishing, 2010.
- Hoffer, Eric. The True Believer, ed. Budi Anre. Yogyakarta: Bodhidharma Pustaka, 2006.
- Muhtadi, S. Asep. Kampanye Politik. cet. 1, Bandung: Humaniora, 2008.
- Sujito, Arie. Refleksi Dan Aksi Untuk Rakyat. cet. 1, Yogyakarta: IRE Press, 2004.
- <http://bahasa.kemdiknas.go.id/kbbi/index.php>
- <http://budisansblog.blogspot.com/2013/12/pemimpin-parasit.html>

### Catatan Akhir

- Miriam Budiardjo, Dasar-Dasar Ilmu Politik, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008) hlm. 134
- Denny Indrayana, Indonesia Optimis, (Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer (Kelompok Gramedia), 2011) hlm. 50
- Emmy Hafild, Laporan Studi Standar Akuntansi Keuangan Khusus Partai Politik, (Jakarta: Perpustakaan Nasional RI: Katalog Dalam Terbitan (KDT), 2003), hlm. 17
- "Partisan Payback Over 'Pay-as-You-Go'" (html). The Washington Post. 2 Agustus 2007.
- Pasal 34 Undang – Undang No. 2 Tahun 2008 tentang Partai Politik jo. Undang – Undang No. 2 Tahun 2011 tentang Perubahan atas Undang – Undang No. 2 Tahun 2008

- tentang Partai Politik
- Saptono, Ak., dalam makalah Upaya Menciptakan Akuntabilitas dan Transparansi Partai Politik, (Anggota Ikatan Akuntan Kompartemen Sektor Publik IAI-KASP)
  - Diunduh dari wikipedia.org [http://id.wikipedia.org/wiki/Dana\\_kampanye](http://id.wikipedia.org/wiki/Dana_kampanye)
  - Ade Irawan, Abdullah Dahlan, Donal Fariz, Almas Ghalia Putri, Panduan Pemantauan Korupsi Pemilu (Jakarta: Indonesia Corruption Watch (ICW) 2014) hlm. 8
  - Nassmacher, Karl-Heinz, The Funding of Political Parties in the Anglo-Saxon Orbit, In Handbook series of funding of political parties and election campaign, 2003, International Institute for Democracy and Electoral Assistance 2003
  - ([www.tribunnews.com/nasional/2013/12/03](http://www.tribunnews.com/nasional/2013/12/03))
  - Pasal 129 s/d pasal 140 Undang – Undang No. 8 Tahun 2012 tentang Pemilu Anggota DPR, DPD, dan DPRD
  - Pasal 94 s/d pasal 103 Undang – Undang No. 42 Tahun 2008 tentang Pemilu Presiden dan Wakil Presiden
  - Ade Irawan, Abdullah Dahlan, Donal Fariz, Almas Ghalia Putri, Panduan Pemantauan Korupsi Pemilu (Jakarta: Indonesia Corruption Watch (ICW) 2014) hlm. 8
  - Laporan dana kampanye pemilu legislatif 12 partai politik yang bertarung secara nasional dalam pemilu legislatif 2014. sumber website

r e s m i k p u  
<http://www.kpu.go.id/index.php/pages/detail/2014/267>

- Laporan ini merupakan laporan akhir dana kampanye 3 Juni - 18 Juli 2014, dilaporkan oleh Tim Kampanye Nasional masing-masing pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden kepada Komisi Pemilu sumber website resmi kpu <http://www.kpu.go.id/index.php/pages/detail/2014/267>
- Ruslan Rosady, Management Public Relations & Media Komunikasi, Konsep dan Aplikasi. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008)

#### Biodata Penulis

Nama : Bella Putri Caesa  
 TTL : Temanggung, 9 Juni 1993  
 Email : [caesa.bella@gmail.com](mailto:caesa.bella@gmail.com)  
 No. HP : 08179565453  
 Alamat : Desa Ngadiwarno 05/01, Sukorejo, Kendal, Jateng (51363)  
 Riwayat di GK:  
 2014 : Pimpinan Redaksi  
 2013 : Redaktur Pelaksana Buletin Bulanan 'Replik'  
 2012 : Reporter Harian