

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Komunikasi Politik

2.1.1.1 Pengertian Komunikasi Politik

Pada garis besar, komunikasi politik sering dihubungkan dengan diskusi politik atau penyampaian pesan politik baik dalam bentuk lisan maupun tindakan yang dapat memengaruhi warga dan pemerintahan dalam suatu kerangka politik. Dengan kata lain, komunikasi politik dapat didefinisikan menjadi bagian dari penyampaian suatu pesan yang di dalamnya ada dimensi berbau politik dengan kebijakan sumber pada sang penerima yang ada tujuan menghadirkan nuansa dari segi pemahaman terkait makna politik secara lebih komprehensif. Jika berpijak pada gagasan Dahlan (Cangara, 2016), dipaparkan kalau yang dimaksud dengan komunikasi berbasis politik di sini merujuk ke ranah ilmu dengan fokus penyelidikan atas tingkah laku sekaligus mekanisme kegiatan komunikasi yang sifatnya merambah ke unsur politik di mana hal tersebut mempunyai dampak sekaligus mendatangkan pengaruh terkait tindakan yang juga lekat dengan unsur perpolitikan di dalamnya.

Komunikasi politik bisa diartikan sebagai proses keseluruhan dari transmisi, atau bisa juga menjurus ke area tukar-menukar, serta kaitannya dengan pencarian informasi yang melibatkan partisipan dalam aktivitas politik yang sudah terstruktur. Komponen-komponen utama, seperti fakta, lalu terkait opini, sampai yang mengarah ke keyakinan, serta unsur lain, dihimpun dalam aliran pesan yang mengalir di dalam

ranah politik yang terorganisir. Di dalam kingdom-nya, komunikasi politik terdiri atas berbagai elemen yang menakjubkan, melibatkan aktor-aktor kunci, yaitu sumber (yang menjadi komunikator), pesan yang berkisar dalam keragaman informasi, media atau saluran yang menjadi panggungnya, penerima yang menerima dengan penuh daya serap, dan efek-efek yang membentuk arsitektur komunikasi politik itu sendiri (Nimmo : 1978, Mansfield dan Weaver : 1982 dalam Cangara, 2016).

2.1.1.2 Teori-teori Dalam Komunikasi Politik

1) Teori Khalayak Kepala Batu

Teori kepala batu, yang digarap oleh ahli psikologi Raymond Bauer pada tahun 1964, menitikberatkan perhatiannya pada komunikasi, atau yang lebih dikenal sebagai khalayak. Riset ini memberikan fokus khusus kepada individu, dan para ahli, terutama dalam bidang psikologi dan sosiologi, mengalihkan perhatian mereka terkait sejumlah faktor yang mempengaruhi sikap dari suatu eksistensi individu dalam menerima sejumlah pesan-pesan berbau komunikasi. Satu dari banyaknya konsep yang muncul melalui riset ini menjurus ke model penggunaan sekaligus kepuasan (*Uses And Gratifications*).

Teori *Uses and Gratifications*, yang dirumuskan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch pada tahun 1974, bersandar pada asumsi mendasar bahwa manusia adalah entitas yang sangat rasional, dinamis, dan selektif dalam menanggapi segala pengaruh eksternal. Khalayak yang bersifat selektif ini cenderung memilih informasi berlandaskan pada utilitasnya dan

untuk memuaskan keinginan pribadinya. Kedua teori ini secara prinsipal tergabung dalam kerangka paradigma psikologis dalam studi komunikasi politik. Kendati seorang individu berhasil menerima sejumlah pesan akibat unsur kegunaan atau melibatkan rasa puas akan kondisi dan kebutuhannya, yang paling krusial dalam paradigma psikologis ini adalah bahwa seluruh pesan politik diolah secara internal oleh individu, tergantung pada perbedaan individu, kategori sosial, atau interaksi sosial.

Proses berfikir dimulai dari rangsangan pesan politik yang datang dari dunia luar, meresap dan merangkul individu melalui indera yang dimilikinya. Lanjut melangkah ke dalam otak, menyulut munculnya tahap pengamatan, di mana individu menyadari keberadaan pesan politik yang bersumber dari luar dirinya. Tidak semua rangsangan yang teramati mampu meraih pusat perhatian, karena mungkin terjatuh dalam bayang-bayang pandangan yang lain. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu pengamatan yang tajam, yang dikenal sebagai perhatian. Pesan politik yang berhasil mengguncang perhatian diolah melalui alat-alat kognitif seperti akal, budi, dan intuisi. Proses ini melahirkan pemahaman dan pengetahuan politik yang mendalam. Tahap berikutnya adalah pembentukan keputusan politik, hasil ciptaan pikiran individu, dan pembentukan kesimpulan politik yang menggambarkan sikap politik. Perjalanan selanjutnya membawa kita ke aspek motorik, di mana individu menggambarkan hasil pemikiran mereka melalui tindakan politik atau perilaku politik, sebagai perwujudan dari pemikiran yang telah diolah dengan penuh kebijaksanaan.

Oleh karenanya tiap-tiap individu disarankan melakukan penyaringan sekaligus seleksi dan juga olahan dengan aspek yang mengedepankan pertimbangan internal atas informasi yang sumbernya dari luar di mana hal ini memiliki korelasi kuat terkait mekanisme psikologis secara pondasinya. Dinamika ini erat kaitannya atas sejumlah faktor mulai dari kategorisasi usia kemudian mengarah ke jenis kelamin bahkan tingkatan pendidikan atau pengalaman empiris sekaligus jaringan hubungan sosial seseorang. Teori khalayak kepala batu ini menjadi sangat vital sebagai landasan dalam menjalankan proses komunikasi politik di sebuah negara yang mengadopsi sistem demokrasi. Inilah sebabnya mengapa di negara-negara demokrasi, kegiatan public relations tumbuh dan berkembang pesat, menjadi instrumen penting dalam menjalin dan memelihara hubungan antara pemerintah dan masyarakat.

2) Teori Empati dan Teori Homofili

Pemaknaan persuasi di sini sifatnya afirmatif memiliki keterkaitan yang cukup erat dengan teori empati sekaligus homofili. Penggagas teori empati ialah Berlo dan Daniel Learner, sementara untuk teori homofilia sendiri diakui Everett M. Rogers & F. Showmaker, mengarah pada perwujudan elaborasi terkait paradigma secara interaksional. Dalam dimensi yang lebih sederhana, empati merujuk pada kapabilitas seseorang untuk merasakan dan memahami situasi serta kondisi orang lain. Seperti yang dinyatakan oleh Daniel Learner, empati mencakup kemampuan individu untuk melihat refleksi dirinya dalam kondisi yang melibatkan orang

lain untuk selanjutnya diupayakan adaptasi atau penyesuaian sedemikian rupa. Konteks ini membawa harapan kalau individu dengan kepribadian yang mempunyai kepribadian adaptif mampu melakukan pergerakan sekaligus penyesuaian atas sejumlah keadaan yang ditemui dengan melibatkan eksistensi orang lain dalam hidupnya.

Konsep homofili memiliki asal-usul dari bahasa Yunani, tepatnya homonios, yang merujuk pada kesamaan atau identitas. Dengan demikian, homofili mencirikan hubungan antara individu yang saling menunjukkan persamaan dalam berbagai aspek. Homofili dapat diartikan sebagai suasana di mana dua individu yang terlibat dalam interaksi menunjukkan persamaan dalam beberapa hal, seperti usia, bahasa, pengetahuan, kepentingan, afiliasi organisasi, preferensi politik, keyakinan agama, keturunan, dan bahkan dalam gaya berbusana. Terwujudnya interaksi yang mendalam menjadi semakin sulit apabila dua individu yang terlibat bersifat heterofili, di mana mereka tidak memiliki kesamaan dalam bahasa, pengetahuan, dan kepentingan yang diupayakan.

Empati dan homofili menjadi pencipta suasana akrab dan intim yang memungkinkan terwujudnya interaksi dalam komunikasi politik. Dalam konteks ini, interaksi antara dua subjek yang memiliki tingkat kesetaraan dan kecocokan menjadi landasan utama. Pada komunikasi politik yang bersifat dialogis, fokusnya bukanlah pada konsep 'aku' atau 'kamu', melainkan lebih menonjolkan identitas kolektif, yakni 'kita'.

3) Teori Informasi dan Teori Nonverbal

Jika berpijak pada konsepsi atas teori informasi yang dipandang B. Aubrey Fisher, menerangkan kalau informasi diinterpretasikan menjadi bagian atas klasifikasi suatu peristiwa yang memiliki maksud sekaligus tujuan dalam mengikis ketidakjelasan. Ungkapan ini mampu disifatkan menjadi perwujudan ide yang mutlak atau relatif dikarenakan hal tersebut bukan semata-mata sebuah pesan, melainkan mencakup sejumlah, objek, dan energi. Apabila dikaitkan dengan kerangka teori relativitas, melibatkan tindakan juga dilihat sebagai bentuk informasi, dengan keterlibatan kemungkinan alternatif yang bisa diantisipasi berlandaskan pola peristiwa dari waktu ke waktu.

Lawrence dan Wilbur Schramm menyajikan rumusannya bahwa informasi dapat diartikan sebagai segala hal yang membantu kita membentuk atau bertukar perspektif soal kehidupan. Dengan singkatnya, informasi merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan dalam pertukaran pengalaman. Dalam konteks komunikasi politik, informasi mencakup beragam elemen, seperti sikap yang mengarah pada isu politik dan juga pendapat lalu berkaitan juga dengan media berbasis politik atau bisa juga dikaitkan dengan atribut visual sekaligus pertemuan keanggotaan parpol.

Merunut gagasan yang disampaikan Mark L. Knapp, bentuk komunikasi nonverbal dapat dipahami melalui beberapa aspek, mencakup: 1) Repetisi: Menyampaikan kembali konsep yang telah diutarakan secara verbal, seperti memberikan sanjungan sambil mengangkat jempol dengan lembut. 2) Substitusi: Menggantikan simbol-simbol verbal dengan ekspresi nonverbal,

contohnya menolak suatu ucapan dengan gerakan kepala yang menunjukkan ketidaksetujuan. 3) Kontradiksi: Memberikan tafsir alternatif terhadap pesan verbal, seperti bersalaman sambil menunjukkan ketidaktertarikan dengan pengamatan ke penjuru arah lain. 4) Komplemen: di mana berfokus pada kelengkapan atas isi pesan berbasis verbal bisa berupa sorakan gembira sembari meloncat. 5) Aksentuasi: memberikan ketegasan atas pesan yang disampaikan dengan basis verbal contohnya berupa kepalan tangan untuk menegaskan tekad atau keputusan yang diungkapkan. Dalam keberagaman bentuk tersebut, komunikasi nonverbal menjadi sebuah perangkat untuk melengkapi, memperkuat, atau memperluas pesan yang diungkapkan melalui kata-kata.

2.1.1.3 Fungsi Komunikasi Politik

Berpijak pada penuturan McNair, yang dikutip oleh Cangara (2016), komunikasi politik memegang peran penting dengan 5 fungsi secara mendasar yang mempersembahkan keindahan dalam dinamika kehidupan politik:

- 1) Mengumumkan Informasi: Melibatkan proses penyampaian berita kepada masyarakat mengenai peristiwa sekitarnya. Media komunikasi diharapkan mampu memainkan peran pengamat dan penelusur, memantau dengan cermat dinamika yang berkembang dalam masyarakat.
- 2) Mengedukasi Masyarakat: Memberikan pencerahan kepada masyarakat mengenai makna dan relevansi dari berbagai fakta yang hadir. Jurnalis

dihimbau untuk mengamati fakta dengan penuh objektivitas, menciptakan laporan yang tidak memihak.

- 3) Menjadi Ajang Dialog: Memberikan kesediaan secara diri sendiri layaknya panggung dalam kepentingan identifikasi sejumlah problematik yang mengarah ke unsur politik, selanjutnya terkait sumber inspirasi bagi perbincangan, lalu membentuk pandangan masyarakat dan yang paling krusial juga ialah *feedback* berupa refleksi yang mengarah ke khalayak.
- 4) Menghasilkan Publikasi untuk Pemerintah dan Lembaga Politik: Menciptakan karya tulis yang sengaja diperuntukkan kepada pihak pemerintah sekaligus lembaga beraliran politik untuk menjadi sarana penyampaian informasi dan mendukung transparansi.
- 5) Saluran Advokasi dalam Masyarakat Demokratis: Dalam komunitas yang berbasis demokratis eksistensi atas media perpolitikan memiliki fungsi secara esensi sebagai media penyaluran advokasi yang bisa memberikan efek perbantuan atas penyaluran sejumlah program ataupun kebijakan dengan jalur dan memanfaatkan media massa secara bijaksana.

2.1.1.4 Unsur-unsur Komunikasi Politik

Laswell menyebutkan ada lima unsur komunikasi, sebagaimana model komunikasi laswell yaitu :

- 1) Komunikator

Sumber atau penyebar adalah aktor atau partisipan utama yang perlu berkomunikasi atau memulai komunikasi. Komunikator biasanya memulai

komunikasi dengan maksud dan tujuan tertentu. Komunikator juga harus berkomunikasi dengan komunikan secara terarah dan sadar, hal ini untuk memastikan bahwa jawaban dan pertanyaan yang diungkapkan oleh komunikator atau mereka yang terlibat dalam komunikasi dapat dijawab sesuai dengan kebutuhan komunikan.

2) Pesan

Pesan atau informasi merupakan konten dalam proses komunikasi, yaitu apa yang akan disampaikan/dikomunikasikan kepada penerima (komunikan) dari sumber (komunikator) atau isi informasi, bisa berupa seperangkat simbol atau pesan verbal atau nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, atau gagasan. Pesan secara verbal dapat secara tertulis maupun lisan. Pesan nonverbal dapat berupa isyarat, gerakan badan, ekspresi muka, dan nada suara

3) Media

Media penyampaian pesan digunakan oleh komunikator agar memudahkan menjangkau khalayak dalam jumlah yang banyak dan luas. Saluran atau media juga dapat dikatakan sebagai jalan/alur yang dilalui pesan atau informasi dan komunikator kepada komunikan. Saluran atau media ini bisa berupa gelombang cahaya atau gelombang suara yang dapat kita rasakan dengan penglihatan dan pendengaran seperti televisi, radio, media cetak, media elektronik dan lain sebagainya.

4) Penerima

Penerima pesan adalah pihak yang menganalisis, menginterpretasikan atau mengaplikasikan suatu pesan yang di terimanya dari seorang komunikator.

Penerima psan ini bisa terdiri dari satu orang atau lebih , baik dalam individu atau kelompok. Penerima pesan sangat penting dalam proses komunikasi. Penerima pesan juga bisa disebut sebagai komunikan, khalayak, sasaran, target, *audience* atau *receiver*.

5) Pengaruh atau Efek

Efek merupakan hasil dari proses komunikasi yang dilakukan oleh komunikator kepada khalayak, seperti perubahan sikap, bertambahnya pengetahuan. Efek atau dampak ini menjadi salah satu tolak ukur presentase keberlangsungan dan keberhasilan dalam berkomunikasi.

2.1.1.5 Bentuk-bentuk Komunikasi Politik

Komunikasi politik mengusung berbagai tujuan esensial khususnya dalam pembentukan Citra yang bersifat positif di kehidupan bermasyarakat lalu menghadirkan opini publik yang mendukung, sekaligus berperan dalam proses pemilu dan juga mendatangkan pengaruh atas sejumlah kebijakan berbasis publik di setiap aspek kehidupan (Arifin, 2003). Representasi bentuk komunikasi politik sebenarnya sudah dikenal dan oleh para politikus seringkali diadopsi untuk penyampaian pesan-pesan politik yang cakupannya ialah:

1) Retorika politik

Muncul dari akar kata dalam bahasa Yunani, yakni "*rhetorica*," yang merujuk pada seni berbicara. Awalnya, kata ini diterapkan dalam konteks perdebatan di ruang sidang pengadilan, di mana digunakan untuk saling mempengaruhi dan bermuara pada kegiatan interpersonal yang intens

(*interpersonal*). Seiring waktu, konsep ini mengalami perkembangan menjadi aktivitas komunikasi massa, yang melibatkan pidato atau berbicara kepada khalayak yang luas.

2) Agitasi politik

Berakar dari bahasa Latin, agitasi, yang berarti gerak atau pergerakan, dan dalam bahasa Inggris, *agitation*. Herbert Blumer (Arifin, 2003), menggambarkan representasi dari agitasi menjadi sebagian usaha untuk memberikan efek kebangkitan semangat dalam ranah pergerakan di bidang politik tidak hanya berbasis lisan tapi juga melibatkan tulisan. Di satu sisi juga terkait dengan stimulus dan menimbulkan emosi dengan lebih bergelora. Awalnya agitasi berpijak pada kontradiksi di tengah-tengah kehidupan bermasyarakat lalu mendorong untuk menghadirkan efek penentangan atas realitas yang sudah dialami dan acap kali hal ini bersinggungan dengan ranah ketidakpastian atau yang memprihatinkan lagi ialah penderitaan. Adapun tujuan akhir yakni menciptakan gelombang yang mengarah ke faktor kegelisahan di tengah-tengah khalayak.

3) Propaganda politik

Propaganda, yang secara harfiah dapat diartikan sebagai kegiatan menyebarkan tunas suatu tanaman, telah menjadi bentuk kegiatan yang lama diterapkan dalam ranah perpolitikan.

4) Kampanye politik

Kampanye politik sering kali menjadi sorotan yang dinilai cukup menarik dan penuh semarak ketika hari-hari menjelang pemilihan di mana

hal tersebut menjadi representasi komunikasi berbasis politik yang dilakukan oleh seseorang dalam periode khusus untuk memperoleh dukungan yang bersumber dari khalayak. Cakupan dari tindakan ini mengarah ke penciptaan secara ulang atau pengalihan sejumlah lambang yang sifatnya signifikan dan berkesinambungan melalui saluran berbasis komunikasi (Arifin, 2012).

Perlu dipahami kalau ada sejumlah jenis dari kampanye politik ini yang cakupannya yakni: Pertama, melalui pemanfaatan media massa, yang juga dikenal dengan sebutan persuasif massa. Pendekatan ini umumnya dilaksanakan dalam bentuk "penyampaian pesan kepada masyarakat," baik melalui interaksi langsung maupun melalui berbagai media perantara, seperti media elektronik, media cetak, atau poster.

Terdapat variasi ketika kampanye politik ini dilaksanakan misalnya dengan melibatkan media massa atau awam disebut dengan label persuasif masa. Pendekatan secara general ini acap kali dilibatkan untuk kepentingan penyampaian pesan secara langsung berupa interaksi atau dengan media perantara bisa berupa media berbasis elektronik atau cetak bahkan poster sesuai dengan kebutuhan.

Selanjutnya, terdapat kampanye interpersonal, yaitu kampanye yang fokus pada individu atau aspek-aspek personalitas. Umumnya, kegiatan ini dilakukan oleh para kandidat sendiri atau oleh individu yang berhubungan erat dengannya, seperti pasangan, kerabat dekat, atau juru bicara utama, dalam situasi yang lebih santai dan informal.

Yang ketiga di mana hal tersebut mengarah pada kampanye berbasis organisasi. Hal ini tentu melibatkan yang namanya mobilisasi oleh anggota dengan pemberian suatu tekanan terkait calon pejabat. Ini melibatkan sejumlah pihak mulai dari serikat buruh atau bisa juga dikaitkan dengan kelompok agrikultur bahkan organisasi hak sipil dan kelompok advokasi konsumen atau lingkungan. Semua upaya ini diarahkan untuk memastikan dukungan suara pada kandidat yang dianggap berkompeten dalam pemilu (Nimmo,2002)

2.1.2 Strategi Komunikasi Politik

2.1.2.1 Pemahaman Strategi Komunikasi Politik

Strategi komunikasi politik merupakan suatu proses yang memainkan peran utama dalam mencapai kemenangan dalam konteks pemilihan umum. Keberhasilan strategi komunikasi politik memberikan kontribusi yang sangat besar dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi untuk pasangan kandidat atau partai politik, bukan hanya ketika menghadapi masa pemilihan umum, tetapi juga pada periode setelah pemilu berakhir. Secara esensial, strategi melibatkan proses perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Strategi tidak sekadar berfungsi sebagai peta arah, tetapi juga harus mampu menggambarkan secara jelas taktik operasional yang diterapkan (Effendy, 2006).

Politik dan strategi mengarah kepada dua elemen yang harus beriringan ketika mengejar tujuan politik, terutama dalam konteks kemenangan pemilihan umum atau pilkada. Sejalan dengan itu, strategi juga memerlukan taktik sebagai

bagian integral, dan suatu perencanaan yang baik memerlukan strategi yang matang. Perencanaan taktik dan pelaksanaan tindakan hanya akan memiliki makna jika didukung oleh sebuah strategi yang dirancang secara cermat. Oleh karena itu, perencanaan taktik dapat memberikan jawaban terhadap berbagai pertanyaan strategis, termasuk siapa yang terlibat, melakukan apa, kapan, di mana, bagaimana, dan mengapa.

Keputusan taktis yang diambil bertujuan untuk meraih setiap pencapaian tujuan strategis. Pilihan-pilihan taktis tersebut khususnya bergantung pada pemahaman tentang cakupan, kerangka prasyarat, dan kemampuan individu. Oleh karena itu, perencanaan taktis seharusnya tidak dipersiapkan dari level strategis, melainkan sebaiknya dilaksanakan oleh para pemimpin pada level taktis, karena di situlah pengetahuan yang sangat spesifik diperlukan. Dalam keindahan perencanaan ini, seolah muncul pesona pengetahuan yang mendalam (Schroder, 2004).

Strategi komunikasi politik, dalam konteks Pemilihan Kepala Desa (Pilkades), memainkan peran sentral dalam upaya meraih kemenangan. Seorang calon dalam hal ini tidak hanya bergantung pada tingkat popularitas atau status sebagai petahana, melainkan juga memerlukan strategi komunikasi politik yang dapat diadaptasi sesuai dengan kondisi dan lokasi kontestasi. Bagi calon yang mungkin kurang dikenal di mata masyarakat, dibutuhkan strategi komunikasi yang efektif untuk mensosialisasikan visi dan misinya, guna memenangkan persaingan antar calon dalam Pilkada.

Strategi komunikasi politik dalam dimensi pemilihan kepala desa memiliki peran utama dalam upaya meraih kemenangan. Seorang calon kepala desa

tidak hanya mengandalkan popularitas atau posisinya sebagai petahana, melainkan membutuhkan strategi komunikasi politik yang dapat diadaptasi sesuai dengan konteks dan lokasi di mana pemilihan kepala desa berlangsung. Jika seorang kandidat kurang dikenal oleh masyarakat, langkahnya adalah mencari strategi komunikasi yang efektif untuk memperkenalkan visi dan misinya, memenangkan persaingan dengan kandidat lain dalam pemilihan kepala desa (Schroder,2004).

2.1.2.2 Tahapan-tahapan Strategi Komunikasi Politik

Menurut pandangan R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett, sebagaimana terungkap dalam karya Onong Uchjana Effendy (2006), esensi dari kegiatan komunikasi mengemuka dalam tiga landasan pokok. Pertama, komunikasi berhasil apabila pesan yang disampaikan berhasil diterima dan dipahami sepenuhnya oleh komunikan. Kedua, setelah pemahaman tercapai, interaksi pun harus diperkuat dan dibina dengan cermat. Ketiga, terbina interaksi, tugas selanjutnya adalah memberikan dorongan motivasional sehingga komunikan terinspirasi untuk bergerak atau bertindak.

Dalam menyusun strategi komunikasi, diperlukan penilaian yang akurat terhadap faktor pendukung dan penghambat yang akan dihadapi ke depannya. Oleh karena itu, langkah-langkah strategis komunikasi perlu dirinci dengan cermat, mempertimbangkan aspek-aspek tersebut. Beberapa tahapan strategi komunikasi yang perlu dijalankan melibatkan:

1) Mengamati permasalahan

Ini merupakan penggabungan dari serangkaian kegiatan, termasuk riset untuk menyelidiki, mengamati pengetahuan, pendapat, sikap, dan perilaku masyarakat yang memiliki kepentingan yang mungkin terpengaruh oleh tindakan yang dilakukan. Dengan demikian, strategi komunikasi dapat dibangun dengan merinci karakteristik public atau masyarakat yang menjadi fokus. Ini menjadi fondasi pengetahuan yang krusial dalam perancangan strategi komunikasi.

2) Perencanaan dan pembuatan program

Dalam rangka merancang strategi komunikasi, diperlukan pertimbangan yang cermat untuk mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat yang mungkin dihadapi di masa mendatang. Oleh karena itu, tahap-tahap strategi komunikasi perlu disusun dengan seksama, mempertimbangkan faktor-faktor tersebut. Proses perancangan strategi komunikasi ini melibatkan berbagai langkah yang harus dipertimbangkan secara matang guna mencapai pemahaman yang mendalam terhadap karakter masyarakat dan dinamika yang memengaruhinya.

3) Mengambil tindakan berkomunikasi

Dalam fase ini, langkah-langkah yang telah direncanakan dan diprogram akan diwujudkan ke dalam bentuk implementasi. Desain citra atau gambaran yang dibuat harus memiliki daya tarik yang maksimal agar dapat memikat perhatian masyarakat. Ini merupakan bagian dari upaya

untuk mengkomunikasikan pesan-pesan secara efektif dan memastikan bahwa pesan tersebut dapat diterima secara komunikatif oleh target audiens.

4) Evaluasi program kerja

Tahapan ini mengacu pada skema evaluasi dari keseluruhan hal yang sudah diupayakan implementasinya melibatkan pengamatan atas problematik kemudian beralih ke tahapan perencanaan sampai program-program khusus dan tidak ketinggalan tatalaksana sekaligus komunikasi yang dilibatkan di dalamnya. Alasan evaluasi ini menjurus pada fokus terkait usaha lalu berkaitan dengan pemahaman atas keefektifan, dan yang paling penting yakni memberikan dukungan atas manajemen secara lebih komprehensif dan memberikan fasilitas terkait pertanggungjawaban dengan optimal. Tahapan ini menghadirkan efek kebermanfaatannya untuk menyongsong keberhasilan sekaligus kemudahan di keseluruhan aspek kegiatan yang diimplementasikan saat itu.

Pada dasarnya ada tiga jenis pendekatan yang terkait dengan strategi komunikasi berbasis politik yang sengaja diperuntukkan bagi ketercapaian tujuan politik sesuai dengan pengharapannya, (Anwar Arifin, 2011) dengan cakupannya yakni:

1) Merawat Ketokohan

Bicara terkait strategi yang diterapkan dalam komunikasi berbasis politik menjurus ke aspek yang secara menyeluruh memiliki korelasi dengan conditional terkait hal-hal yang dilakukan demi kepentingan operasional untuk meraih tujuan yang telah ditetapkan pada ranah

perpolitikan di waktu mendatang. Ini memiliki arti yang kuat dengan maksud ketokohan seorang pihak yang mengemban status sebagai politik khusus beserta lembaga politik yang terbilang mantap di tengah-tengah kehidupan masyarakat tentu mendatangkan pengaruh secara positif pada aspek yang mengarah ke komunikasi berbasis politik secara maksimal.

Adapun terkait ketokohan yang memiliki korelasi dengan kredibilitas pada seorang tokoh juga dapat menjadi aspek pertimbangan yang memiliki efek menarik simpati dari pihak khalayak. Berpijak pada gagasan pakar yakni Berlo dalam Anwar Arifin (2011) menerangkan kalau yang dimaksud dengan kredibilitas merujuk pada eksistensi seorang individu yang dapat hadir ketika dirinya mengemban sejumlah keterampilan mulai dari ranah komunikasi, kemudian menjurus pada aspek pengetahuan lebih masif, sampai perilaku yang jujur dan memberikan rasa hangat bersahabat, lalu tidak ketinggalan mumpuni dalam melangsungkan adaptasi atas sistem sosial budaya yang dinamis namun tetap terpelihara. Tidak hanya memelihara aspek ketokohan, perwujudan dari langkah strategis secara pokok juga harus diupayakan dengan cara memantapkan suatu kelembagaan yang terkait di dalamnya.

2) Menciptakan Kebersamaan

Menyinggung soal langkah-langkah strategis dalam komunikasi berbasis politik yang selanjutnya dapat dikaitkan dengan penciptaan atas kebersamaan dengan melibatkan pihak politikus dengan masyarakat secara meluas. Adapun strategi yang bisa diupayakan dalam tata laksana

komunikasi berbasis politik ketika peristiwa pemilu atau Pilkades maka sang calon bisa menerapkan hal berikut:

a) Komunikasi Interpersonal (Tatap Muka)

Berpijak pada gagasan pakar yakni Tabroni (2012), disampaikan dengan sangat detail kalau komunikasi interpersonal dapat terkategori sebagai basis tradisional. Kendati demikian secara real tidak ada yang bisa menggantikan fungsi dari komunikasi manusia yang sifatnya dinamis sekaligus di dalamnya ada unsur kelebihan yang mengarah ke aspek pendekatan dengan menitikberatkan ranah humanitas secara lebih masif.

b) Pembentukan Jaringan

Memiliki maksud dalam konteks efektivitas yang mengarah ke komunikasi yang sampai ke segala penjuru arah, yang mana hal ini menitikberatkan pada masyarakat sebagai pihak memilihnya.

c) Kegiatan Sosial

Aspek ini memiliki korelasi yang kuat dengan masyarakat secara langsung untuk bisa melakukan pendekatan terkait pihak warga dan juga calon dari kepala desa yang bersangkutan.

3) Memilah dan Memilih Media

Memuat 3 tipe dari komunikasi secara *persuasive*, mengarah ke gagasan Nimmo (2009) yang mencakup beberapa poin krusial di bawah:

a) Kampanye Massa

Berkorelasi kuat terkait proses dalam penyampaian pesan dengan sifat persuasif yang jalurnya dengan media massa adapun dibarengi oleh

sejumlah pesan yang secara tersurat dapat merepresentasikan suatu program atau asal bahkan platform dari pihak parpol yang diimplementasikan pihak komunikator kepada calon pemilihnya.

b) Kampanye Interpersonal

Mengarah ke sejumlah mekanisme yang begitu kompleks dalam artian penyampaian suatu pesan dengan perwujudan media berbasis massa dengan melibatkan komunikasi secara langsung alias tatap muka ataupun yang bisa dikaitkan dengan perantara untuk kepentingan komunikasinya.

c) Kampanye Organisasi

Mekanisme penyampaian pesan yang dinilai persuasif dapat diwujudkan dengan pembagian sekaligus penyampaian suatu program atas kekuasaan parpol yang melibatkan komunikator politik kepada para kader atau anggota dengan mengusung partai yang sejalan atas peta konsep politik secara terkhususnya.

2.1.3 Pemilihan Kepala Desa

Tata cara pemilihan kepala desa (pilkades) di Cipatujah, di bawah payung kebijakan Desa Cipatujah, Kecamatan Cipatujah, Kabupaten Tasikmalaya, melibatkan perjalanan serupa dengan prosesi pemilihan kepala desa di desa-desa lain di Kabupaten Tasikmalaya. Landasan pelaksanaan pemilihan kepala desa ini bersumber dari Peraturan Daerah Kabupaten Tasikmalaya dan UU No. 6 Tahun 2014 tentang Desa.

Pada tanggal 8 April 2021, Pilkades di Desa Cipatujah diadakan dengan tujuan utama mewujudkan kontinuitas kepemimpinan di Desa tersebut. Proses ini menandai

langkah penting dalam membentuk kepemimpinan yang kokoh, bertujuan untuk memimpin pemerintahan Desa Cipatujah. Kehadiran seorang kepala desa yang tetap memiliki peran krusial dalam menegakkan tatanan pemerintahan desa yang efisien dan efektif melalui pemberdayaan seluruh lapisan masyarakat. Realisasi visi tersebut hanya dapat tercapai apabila pemilihan kepala desa dilakukan secara demokratis, menjadi pijakan penting untuk mewujudkan kemajuan desa yang berkelanjutan.

Guna mewujudkan semua itu dibutuhkan suatu prosesi pemilihan Kepala Desa (pilkades) yang didasarkan pada peraturan perundang-undangan yang ada.. Fondasi hukum ini penting dikarenakan proses pilkades sangat panjang yang menjalin makna, merentang dari pencatatan calon sebagai bakal pemimpin, memilah dan mengukuhkan sosok Kepala Desa yang berdedikasi, mahir, dan mampu menggelar perwujudan semangat otonomi daerah.

Sebagai entitas hukum yang menggambarkan keutuhan masyarakat, memiliki kewenangan dalam mengatur dan mengelola urusan masyarakat setempat, desa tampil sebagai lanskap yang diakui dalam jaringan pemerintahan nasional, dan berada di daerah kabupaten serta dipimpin oleh seorang Kepala Desa. Proses pengangkatan Kepala Desa, sebagai pucuk kepemimpinan desa, ditunjang melalui Pilkades, sebuah proses pemilihan yang diselenggarakan oleh panitia pencalonan dan pemilihan Kepala Desa yang disebut juga sebagai panitia pemilihan. Entitas ini terbentuk melalui BPD dengan anggota yang terdiri dari anggota BPD dan pamong desa, bertugas untuk menyelenggarakan beragam aktivitas terkait dengan pelaksanaan pencalonan dan pemilihan Kepala Desa. Semua rangkaian kegiatan Pilkades disusun dengan matang dan melibatkan berbagai pihak yang terkait, menciptakan keterlibatan yang seimbang dan

memastikan representasi yang adil. Penyelenggaraan Pilkades diatur dalam dua kedusunan, yaitu Dusun Cipatujah dan Dusun Sukajaya, di mana hasil suara dari setiap dusun tersebut diakumulasikan di Kantor Desa Cipatujah, menciptakan narasi yang merefleksikan keragaman suara di seluruh wilayah desa.

2.2 Kerangka Pemikiran

Pemilihan Kepala Desa telah menjadi bagian dari sejarah jauh sebelum era pilkada langsung tiba. Pada era terkini, kecenderungan dilaksanakannya pilkades secara serentak di satu kabupaten menjadi tren yang difasilitasi oleh pemerintah daerah. Dalam atmosfer kampanye, calon-calon kepala desa berkompetisi untuk memenangkan hati masyarakat, yang menjadi sasaran utama dalam menyampaikan pesan-pesan politik yang terkait dengan tujuan para calon. Di Desa Cipatujah, pada pemilihan Kepala Desa serentak tahun 2021, Acep Suryaman berhasil meraih kemenangan. Strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Acep Suryaman dapat dianggap berhasil. Keunggulan yang diraih dalam perolehan suara menimbulkan dugaan bahwa strategi komunikasi politik yang digunakan oleh Acep Suryaman lebih efektif dibandingkan dengan calon kepala desa lainnya. Dalam kajian ini, peneliti berupaya menganalisis strategi komunikasi yang dijalankan oleh Acep Suryaman dengan merujuk pada teori Anwar Arifin (2011), yang terdiri dari tiga strategi. Adapun kerangka pikir riset ini dapat ditemukan di bawah ini:

1. Merawat Ketokohan

Pada tahap awal strategi komunikasi politik, langkah pertama yang diambil adalah menjaga dan membangun ketokohan. Hal ini mengindikasikan bahwa

karisma seorang politisi dalam masyarakat akan memberikan dampak yang signifikan dalam konteks komunikasi politik.

Merunut gagasan Berlo, keaslian seseorang dapat merembes ke permukaan melalui keberadaan empat unsur yang mendasar: (1) keahlian berkomunikasi, yang menjadi kemahiran utama dalam berbicara; (2) pengetahuan yang terperinci, yang meresap dalam substansi yang diungkapkan; (3) sikap yang melambungkan kejujuran dan keakraban; dan (4) sistem sosial dan budaya, sebuah kemampuan untuk meresapi dan merangkul keberagaman dalam masyarakat dan budaya sekitar.

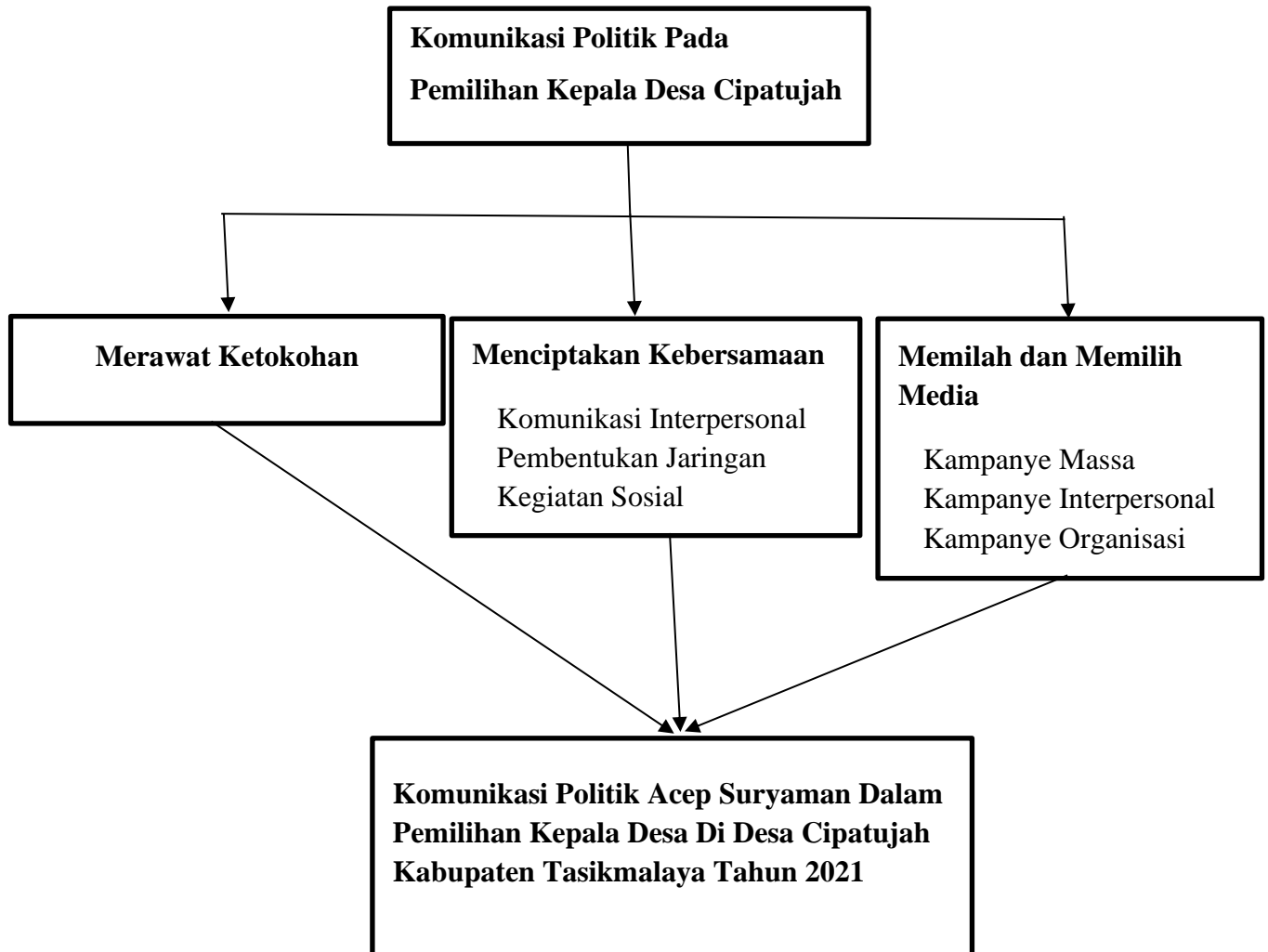
2. Menciptakan Kebersamaan

Pada langkah kedua dalam mencapai tujuan komunikasi politik, perlu diciptakan sebuah keharmonisan antara politikus dan rakyat melalui pengenalan mendalam terhadap masyarakat dan penyusunan pesan yang sejalan dengan nilai-nilai yang dipegang bersama.

3. Memilah dan Memilih

Penggunaan media dalam komunikasi politik memerlukan seleksi dan penentuan secara hati-hati, disesuaikan dengan situasi dan kondisi khalayak, dengan penuh perhatian terhadap tata aturan komunikasi politik di suatu negara atau bangsa. Tahapan ini dianggap sebagai langkah strategi yang sangat krusial, muncul setelah berhasil membentuk kebersamaan yang terjalin begitu erat.

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



Sumber: Arifin, 2011