

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Pengertian komunikasi menurut Fiske (2016: 35), Komunikasi adalah sebuah interaksi yang ada pada masyarakat, sebuah komunikasi bisa dilakukan dengan mudah, dengan dibantu dengan kemajuan teknologi, interaksi antar individu jadi semakin mudah. Tujuan dilakukannya komunikasi secara umum adalah untuk menyampaikan pesan dari satu orang kepada orang lainnya dengan harapan mendapatkan umpan balik dari penerima pesan. secara singkat umpan balik adalah transmisi reaksi balik dari penerima kepada pengirim.

A. Proses Komunikasi

Menurut O. U. Effendy (2007: 11) proses komunikasi terbagi ke dalam dua tahap

1. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kiasan, isyarat, gambar, warna, dan lainnya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.

Wilbur Schram seorang ahli komunikasi, dalam karyanya yang berjudul *Communication Research In The United State*, menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh

komunikator cocok dengan erangka acuan (*frame of reference*), yakni paduan pengalaman dan pengertian (*Collection of Experience*) yang pernah diperoleh komunikan.

2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai penerima pesan berada pada tempat yang jauh atau jumlahnya yang lebih dari satu. Surat, telepon telegram, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan masih banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

B. Unsur – unsur Komunikasi

Onong Uchjana Effendy (2007: 18) menegaskan unsur – unsur dalam komunikasi adalah sebagai berikut ;

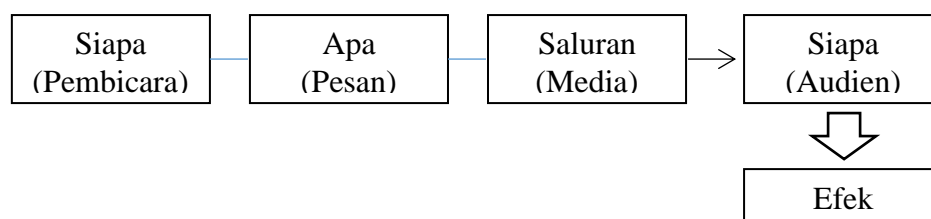
1. *Sender* adalah komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang,
2. *Encoding* adalah penyandian, yaitu proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang,
3. Pesan (*message*) adalah pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator,
4. Media adalah saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan,

5. *Decoding* adalah pengawasandian, yaitu suatu proses ketika komunikator menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya,
6. *Feedback* (umpan balik) adalah tanggapan komunikator yang disampaikan kepada komunikator atas respon ketika memahami dan atau menanggapi suatu pesan,
7. Hambatan (*noise*) yaitu gangguan yang tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikator yang bersamaan dengan pesan yang disampaikan komunikator kepadanya.

C. Model Komunikasi

Muhammad Arni (2009: 6), menggambarkan model komunikasi Lasswell sebagai berikut :

Gambar 2.1
Model Komunikasi Laswell



Model komunikasi menurut Laswell ada lima pertanyaan yang perlu ditanyakan dan dijawab dalam melihat proses komunikasi, yaitu :

1. *Who* adalah menunjuk kepada siapa orang yang mengambil inisiatif untuk memulai komunikasi,

2. *Says what* adalah berhubungan dengan isi komunikasi atau apa pesan yang disampaikan dalam komunikasi tersebut,
3. *Through what* adalah melalui media apa. Yang dimaksud dengan media adalah alat komunikasi, seperti berbicara, gerakan badan, kontak mata, sentuhan, radio, televisi, surat, buku, dan gambar.
4. *To whom* adalah menanyakan siapa yang menjadi *audience* atau penerima komunikasi. Atau dengan kata lain kepada siapa komunikator berbicara atau kepada siapa pesan yang ia ingin sampaikan.
5. *What effect* adalah efeknya dari komunikasi tersebut.

Model komunikasi Lasswell ini dibahas juga oleh John Fiske (2016: 50), bahwa apabila ingin memahami proses komunikasi masa maka perlu mempelajari model komunikasi Lasswell terlebih dahulu. Maka daripada itu, model komunikasi Lasswell ini juga tidak bisa dilepaskan dari konteks komunikasi politik yang dibahas.

D. Fungsi Komunikasi

Menurut John Fiske (2016: 50), komunikasi memiliki beberapa fungsi, yaitu :

1. Informasi

Pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta, dan pesan opini serta komentar yang dibutuhkan agar orang dapat mengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi internasional, lingkungan, dan orang lain sehingga dapat mengambil sikap atau keputusan.

2. Sosialisasi

Penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai saran anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat.

3. Motivasi

Menjelaskan setiap tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.

4. Perdebatan Dan Diskusi

Menyediakan dan saling bertukar fakta yang diperlukan untuk menentukan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan mengenai masalah publik, menyediakan bukti – bukti yang relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kegiatan bersama di tingkat internasional, nasional, maupun lokal.

5. Pendidikan

Saling transfer ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, membentuk watak dan pendidikan keterampilan serta kemahiran yang diperlukan dalam setiap aspek kehidupan.

6. Memajukan Kebudayaan

Penyebarluasan hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas cara pandang seseorang, membangun imajinasi dan mendorong kreatifitas serta kebutuhan estetikanya.

7. Hiburan

Penyebaran sinyal, simbol suara, dan citra dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, musik, komedi, olah raga, permainan, dan sebagainya untuk kesenangan rekreasi suatu kelompok maupun individu.

8. Integrasi

Menyediakan kesempatan bagi kelompok maupun individu untuk memperoleh berbagai pesan yang diperlukan agar mereka dapat saling kenal dan mengerti serta menghargai kondisi, pandangan, dan keinginan orang lain.

2.2 Politik

Kata politik berasal dari bahasa Yunani, yakni polis yang berarti kota yang berstatus negara kota (city state) (Imam, 2009: 2). Dalam negara kota di zaman Yunani, orang saling berinteraksi guna mencapai kesejahteraan (kebaikan, menurut Aristoteles) dalam hidupnya (Seta, 2011: 2). Politik yang berkembang di Yunani kala itu dapat ditafsirkan sebagai suatu proses interaksi antara individu dengan individu lainnya demi mencapai kebaikan bersama.

Pemikiran mengenai politik pun khususnya di dunia Barat banyak dipengaruhi oleh filsuf Yunani Kuno. Filsuf seperti Plato dan Aristoteles menganggap politics

sebagai suatu usaha untuk mencapai masyarakat politik (polity) yang terbaik (Budiardjo, 2014: 13). Namun demikian, definisi politik hasil pemikiran para filsuf tersebut belum mampu memberi tekanan terhadap upaya-upaya praksis dalam mencapai polity yang baik. Meskipun harus diakui, pemikiran-pemikiran politik yang berkembang dewasa ini juga tidak lepas dari pengaruh para filsuf tersebut.

Dalam perkembangannya, para ilmuwan politik menafsirkan politik secara berbeda-beda sehingga varian definisinya memperkaya pemikiran tentang politik. Gabriel A. Almond (Basri Seta, 2011: 3) mendefinisikan politik sebagai kegiatan yang berhubungan dengan kendali pembuatan keputusan publik dalam masyarakat tertentu di wilayah tertentu, di mana kendali ini disokong lewat instrumen yang sifatnya otoritatif dan koersif.

Dengan demikian, politik berkaitan erat dengan proses pembuatan keputusan publik. Penekanan terhadap penggunaan instrumen otoritatif dan koersif dalam pembuatan keputusan publik berkaitan dengan siapa yang berwenang, bagaimana cara menggunakan kewenangan tersebut, dan apa tujuan dari suatu keputusan yang disepakati. Jika ditarik benang merahnya, definisi politik menurut Almond juga tidak lepas dari interaksi dalam masyarakat politik (polity) untuk menyepakati siapa yang diberi kewenangan untuk berkuasa dalam pembuatan keputusan publik.

Definisi politik juga diberikan oleh ilmuwan politik lainnya, yaitu Andrew Heywood. Menurut Andrew Heywood (Budiardjo, 2014: 16) politik adalah kegiatan suatu bangsa yang bertujuan untuk membuat, mempertahankan, dan mengamandemen peraturan-peraturan umum yang mengatur kehidupannya, yang berarti tidak dapat terlepas dari gejala konflik dan kerja sama. Dengan definisi

tersebut, Andrew Heywood secara tersirat mengungkap bahwa masyarakat politik (polity) dalam proses interaksi pembuatan keputusan publik juga tidak lepas dari konflik antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, maupun kelompok dengan kelompok lainnya. Dengan kata lain, masing-masing kelompok saling mempengaruhi agar suatu keputusan publik yang disepakati sesuai dengan kepentingan kelompok tertentu. Konflik dan kerja sama dalam suatu proses pembuatan keputusan publik adalah satu kesatuan yang tak dapat dipisahkan sebagai bagian dari proses interaksi antar kepentingan. Aspirasi dan kepentingan setiap kelompok dan individu dalam masyarakat tidak selalu sama, melainkan berbeda bahkan dalam banyak hal bertentangan satu sama lain. (Ramlan, 1992: 18)

Oleh sebab itu, sebuah kelaziman apabila dalam realitas sehari-hari sering dijumpai aktivitas politik yang tidak terpuji dilakukan oleh kelompok politik tertentu demi mencapai tujuan yang mereka cita-citakan. Peter Merkl mengatakan bahwa politik dalam bentuk yang paling buruk, adalah perebutan kekuasaan, kedudukan, dan kekayaan untuk kepentingan diri-sendiri (*politics at its worst is a selfish grab for power, glory, dan riches*) (Budiardjo, 2014: 16).

A. Sistem Politik

Sistem politik menurut David Easton terdiri dari sejumlah lembaga-lembaga dan aktivitas-aktivitas politik dalam masyarakat yang berfungsi mengubah tuntutan-tuntutan (demands), dukungan-dukungan (supports) dan sumber-sumber (resources) menjadi keputusan-keputusan atau

kebijakan-kebijakan yang bersifat otoritatif (sah dan mengikat) bagi seluruh anggota masyarakat (Beddy, 2016: 58). Dari definisi tersebut, sistem politik mencerminkan sebagai suatu kumpulan aktivitas dari masyarakat politik (polity) untuk membuat suatu keputusan politik.

Gabriel A. Almond mengatakan bahwa sistem politik menjalankan fungsi-fungsi penyatuan dan penyesuaian (baik ke dalam masyarakat itu sendiri maupun kepada masyarakat lain) dengan jalan perbuatan atau ancaman untuk dilaksanakan walaupun agak bersifat paksaan (Sukarna, 1981: 16). Hal ini mempertegas pernyataan Easton bahwa keputusan-keputusan politik yang dihasilkan dari kerangka kerja sistem politik sifatnya mengikat sehingga unsur paksaan dalam pelaksanaannya merupakan implikasi yang tidak dapat dihindari.

Berdasarkan pendapat Easton tersebut maka sistem politik adalah serangkaian aktivitas politik yang saling berhubungan, mulai dari input yang berupa tuntutan dan dukungan, proses, output sebagai hasil dari proses hingga feedback dari output untuk selanjutnya dapat berupa input kembali. Selain itu, hal yang juga harus diperhatikan adalah sistem politik dapat mempengaruhi lingkungan dan lingkungan juga dapat mempengaruhi sistem politik. Dalam lingkungan ini terdapat sejumlah tantangan serta tekanan, karena itu diharapkan suatu sistem politik dapat berhasil untuk menjawab dan menyelesaikan masalahnya (Kantaprawira, 1992: 160). Menurut Eastone, proses konversi (conversion process) dalam sistem politik yang terdiri dari supra struktur politik dan infra struktur

politik semuanya berinteraksi dalam suatu kegiatan mengubah masukan menjadi keluaran (Beddy, 2016: 27).

Akibat input tersebut maka sistem politik mulai bekerja hingga pada tahap proses. Pada tahap ini, tuntutan dan dukungan diolah sedemikian rupa sehingga mampu menghasilkan suatu keputusan atau kebijakan. Keputusan-keputusan inilah yang selanjutnya disebut sebagai output dari sistem politik. Pada kondisi lebih lanjut, output akan memunculkan suatu feedback sebagai respon terhadap output itu sendiri maupun dari lingkungan. Reaksi ini akan diterjemahkan kembali ke dalam format tuntutan dan dukungan, dan secara lanjut meneruskan kinerja sistem politik (Beddy, 2016: 24).

B. Teori Proses Politik

Teori proses politik (the Political Process Theory) lebih banyak memfokuskan kepada faktor-faktor yang memungkinkan warga negara biasa membentuk suatu gerakan sosial mereka sendiri yang bertentangan dengan masyarakat yang dominan (Sukmana, 2016: 179). Dengan demikian, proses politik erat kaitannya dengan upaya perubahan sosial. Proses politik (political process) adalah mengacu kepada suatu keadaan dimana ketika orang berusaha memperoleh akses pada kekuasaan politik dan menggunakannya untuk kepentingan mereka atau kelompok mereka sendiri (Agus, 2015: 7).

Proses politik dapat dimaknai sebagai perjuangan memperoleh akses atau jalur politik demi mewujudkan tujuan yang ditetapkan. Selain itu, proses

politik sarat dengan kepentingan sehingga berimplikasi terhadap struktur masyarakat yang saling berposisi. Harus disadari bahwa kesepakatan sosial dan kendali sosial tidak pernah lengkap, konflik antara individu dengan kelompok, serta antara kelompok dengan kelompok adalah sesuatu yang selalu menyatu dalam kehidupan manusia sehari-hari (Agus, 2015: 7).

Gabriel A. Almond mengatakan bahwa proses politik dimulai dengan masuknya tuntutan yang diartikulasikan dan diagregasikan oleh parpol, sehingga kepentingan-kepentingan khusus itu menjadi suatu usulan kebijakan yang lebih umum, dan selanjutnya dimasukkan ke dalam proses pembuatan kebijakan yang dilakukan oleh badan legislatif dan eksekutif (Yana, 2016: 21). Dengan demikian, proses politik erat kaitannya dengan aktivitas infrastruktur politik seperti kelompok penekan dan partai politik maupun suprastruktur politik seperti eksekutif dan legislatif.

Menurut Abercrombie, Hill, dan Turner, studi tentang proses politik berfokus pada aktivitas-aktivitas partai dan kelompok-kelompok kepentingan, organisasi-organisasi internal, sifat pembuatan keputusan politik, serta peran dan latar belakang para politisi. Fokus dari teori *Political Process Teory* adalah lebih banyak kepada koneksi politik (*political connection*) dari pada kepada sumberdaya material (*material resources*) (Oman, 2016: 179). Dengan demikian, bangunan struktur politik akan berimplikasi terhadap proses politik sehingga suatu sistem politik dalam berjalan dengan baik.

2.3 Komunikasi Politik

Komunikasi Politik terdiri dari 2 (dua) kata yaitu, komunikasi dan politik. Setiap dari kata tersebut memiliki makna yang berbeda satu sama lain. Akan tetapi akan memiliki arti baru apabila digabungkan.

a. Komunikasi

Pengertian komunikasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Arti komunikasi yang singkat adalah kontak atau hubungan. Dalam KBBI juga menjelaskan bahwa komunikasi terbagi ke dalam 3 (tiga) kelompok, yaitu ;

- Komunikasi formal, adalah komunikasi yang memperhitungkan tingkat ketepatan, keringkasan dan kecepatan komunikasi
- Komunikasi massa adalah penyebaran informasi yang dilakukan oleh suatu kelompok sosial tertentu kepada pendengar atau khalayak yang heterogen serta tersebar dimana - mana
- Komunikasi sosial adalah komunikasi antar kelompok sosial dalam masyarakat.

b. Politik

Menurut Miriam Budiardjo (2005: 8), politik adalah bermacam – macam kegiatan dalam suatu sistem politik atau Negara yang menyangkut proses menentukan tujuan-tujuan sistem itu dan melaksanakan tujuan-tujuan itu. Pengambilan keputusan mengenai apakah yang menjadi tujuan dari sistem

politik itu menyangkut seleksi antara beberapa alternative dan penyusunan skala prioritas dari tujuan-tujuan yang telah dipilih itu. Untuk melaksanakan tujuan-tujuan itu tentu diperlukan kebijakan-kebijakan umum yang menyangkut pengaturan dan atau alokasi dari sumber-sumber resources yang ada. Untuk melaksanakan kebijakan-kebijakan itu, perlu dimiliki kekuasaan dan kewenangan, yang akan dipakai baik untuk membina kerja sama maupun untuk menyelesaikan konflik yang mungkin timbul dalam proses ini. Cara-cara yang dipakainya dapat bersifat paksaan. Tanpa unsur paksaan kebijakan ini hanya merupakan perumusan keinginan belaka. Politik selalu menyangkut tujuan-tujuan dari seluruh masyarakat, bukan tujuan pribadi seorang. Selain itu politik menyangkut kegiatan berbagai kelompok termasuk partai politik dan kegiatan individu.

Sementara menurut Ramlan Surbakti (2010: 1), definisi politik adalah interaksi antara pemerintah dan masyarakat dalam rangka proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan yang mengikat tentang kebaikan bersama masyarakat yang tinggal dalam suatu wilayah tertentu.

Sementara itu, komunikasi politik secara bersama didefinisikan oleh Mueller (1973) dalam Anwar Arifin. (2003: 9) merumuskan komunikasi politik sebagai hasil yang bersifat politik dari kelas sosial, pola bahasa dan pola sosialisasi. Sedangkan, Galnoor (1980) masih dalam Arifin (2003: 9) menyebutkan bahwa komunikasi politik merupakan infrastruktur politik yakni, suatu kombinasi dari berbagai interaksi sosial dimana informasi yang berkaitan dengan usaha bersama dan hubungan kekuasaan masuk ke dalam peredaran.

Meadow dalam Dan Nimmo (2004) yang dicuplik oleh Hafied Cangara (2014: 29) juga mendefinisikan komunikasi politik sebagai berikut, “*political communication refers to any exchange of symbols or messages that to a significant extent have been shaped by or have consequences for political system.*” Apabila diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia adalah sebagai berikut, komunikasi politik mengacu pada pertukaran simbol atau pesan yang sebagian besar telah dibentuk oleh atau memiliki konsekuensi bagi sistem politik. Komunikasi politik menurut Graber (1981) dalam Dani Fadhillah (2010: 8) sebagian besar aktifitas komunikasi politik merupakan permainan kata – kata. Politisi meraih kekuasaan karena keberhasilannya berbicara secara persuasif kepada calon pemilih dan kepada para elit politik. Selain itu juga tergantung kepada efektifitas komunikasi dalam menjalankan kegiatannya sehari – hari. Graber menambahkan bahwa ketika kita menjelaskan bahasa politik (bahasa yang digunakan dalam konteks politik) dan apa yang membuat bahasa verbal dan non verbal menjadi politis, bukan pada bentuk atau kosa katanya, melainkan karena substansi informasi yang disampaikan, *setting* dimana informasi disebarkan maupun fungsi yang dijalankan.

Anwar Arifin (2003: 65 – 98) menyatakan terdapat beberapa bentuk komunikasi politik yang dilakukan komunikator infrastruktur politik untuk mencapai tujuan politiknya, diantaranya ialah ;

- Retorika
- Agitasi politik
- Propaganda
- *Public relation politic*

- Kampanye politik
- Lobi Politik

Berdasarkan definisi – definisi yang telah disampaikan para ahli komunikasi politik diatas, maka komunikasi politik bisa diartikan sebagai hubungan yang terjadi dengan tujuan untuk menyampaikan informasi dalam suatu sistem politik dengan lingkungannya, sehingga dapat mempersuasi pihak lain agar terpengaruh

A. Tujuan Komunikasi Politik

Menurut McNair (2003) dalam Satroatmodjo (2005: 63), komunikasi memiliki 5 (lima) tujuan dasar, yaitu ;

- 1) Memberikan informasi kepada masyarakat apa yang terjadi disekitarnya,
- 2) Mendidik masyarakat terhadap arti dan signifikansi fakta yang ada,
- 3) Menyediakan diri sebagai *platform* untuk menampung masalah – masalah politik sehingga bisa menjadi wacana dalam membentuk opini publik dan mengembalikan hasil opini itu kepada masyarakat,
- 4) Membuat publikasi yang ditujukan kepada pemerintah dan lembaga – lembaga politik,
- 5) Dalam masyarakat yang demokratis, maka media politik berfungsi sebagai saluran advokasi yang bisa membantu agar kebijakan dan program – program lembaga politik dapat disalurkan kepada media massa.

Jika tujuan komunikasi politik yang dikemukakan oleh McNair disandingkan dengan tujuan komunikasi politik yang digagas oleh Gooran Hedebrø (1982), maka komunikasi politik berfungsi untuk ;

- 1) Memberikan informasi kepada masyarakat terhadap usaha – usaha yang dilakukan lembaga politik maupun dalam hubungannya dengan pemerintah dan masyarakat,
- 2) Melakukan sosialisasi tentang kebijakan, program dan tujuan lembaga politik,
- 3) Memberi motivasi kepada plotisi, fungsionaris dan para pendukung partai,
- 4) Menjadi platform yang bisa menampung ide – ide masyarakat, sehingga menjadi bahan pembicaraan dalam bentuk opini publik,
- 5) Mendidik masyarakat dengan pemberian informasi, sosialisasi tentang cara – cara menyampaikan hak suara
- 6) Menjadi hiburan masyarakat dalam “pesta demokrasi” dengan menampilkan juru kampanye, publik figur dan pengamat politik,
- 7) Memupuk integrasi dengan mempertinggi rasa kebanggaan guna menghindari konflik dan ancaman berupa tindakan separatis yang mengancam persatuan nasional,
- 8) Menciptakan iklim perubahan dengan mengubah struktur kekuasaan melalui informasi untuk mencari dukungan masyarakat luas terhadap gerakan reformasi dan demokratisasi,

- 9) Meningkatkan aktivitas politik masyarakat melalui siaran berita, agenda setting, maupun komentar – komentar politik,
- 10) Menjadi pengawas dalam membantu terciptanya pemerintahan yang baik, transparan dan dapat diandalkan.

Menurut Arifin (2003: 105), terdapat tujuan tujuan komunikasi politik, yaitu sebagai berikut:

- 1) Membangun Citra Politik

Salah satu tujuan komunikasi politik adalah membangun citra politik yang baik bagi khalayak. Citra politik itu terbangun atau terbentuk berdasarkan informasi yang kita terima, baik langsung maupun melalui media politik, termasuk media massa yang bekerja untuk menyampaikan pesan politik yang umum dan aktual.

- 2) Membentuk dan Membina Pendapat Umum

Pembentukan pendapat umum dalam komunikasi politik, sangat ditentukan oleh peranan media politik terutama media massa. Selain memiliki fungsi memberi informasi, media massa juga mendidik, menghubungkan dan menghibur, juga terutama membentuk citra politik dan pendapat umum yang merupakan dimensi penting dalam kehidupan politik. Setiap sistem politik mengembangkan jaringan komunikasi politiknya sendiri, dan mengakui pentingnya sumber-sumber khusus; sedang saluran-saluran dan para pendengar akan berbeda menurut jenis media yang digunakan.

- 3) Mendorong Partisipasi Politik

Partisipasi politik sebagai tujuan komunikasi politik dimaksudkan agar individu-individu berperan serta dalam kegiatan politik (partisipasi politik). Sehingga salah satu bentuk partisipasi politik yang penting adalah ketika seseorang (khalayak) mau memberikan suaranya untuk seorang politikus maupun partai politik tertentu dalam pemilihan umum.

Menurut Ardial (2009: 40), fungsi komunikasi politik sering diterapkan dalam pembuatan dan pelaksanaan kebijakan pemerintah. Adapun beberapa fungsi lain komunikasi politik yaitu sebagai berikut:

- Fungsi Artikulasi Kepentingan. Proses mengolah aspirasi masyarakat yang bercorak ragam untuk disaring dan dirumuskan dalam bentuk rumusan yang teratur.
- Fungsi Agregasi Kepentingan. Penggabungan berbagai kepentingan yang sama atau hampir sama untuk disatukan dalam rumusan kebijakan lebih lanjut.
- Fungsi Pembuat Kebijakan. Dijalankan oleh lembaga legislatif melalui berbagai hak yang dimiliki lembaga ini (inisiatif, angket, budget, interplasi, dan amandemen) lewat kerja sama dengan lembaga eksekutif.

Fungsi Penerapan Kebijakan. Dijalankan lembaga eksekutif beserta jajaran birokrasinya, yang tidak hanya sekadar pembuatan rincian dan pedoman pelaksanaan peraturan, tapi juga perlu membeberkan

penafsiran atas aturan tersebut agar mudah dipahami dan dilaksanakan warga negara.

- Fungsi Penghakiman Kebijakan. Membuat keputusan dan menetapkan solusi terhadap pertikaian atau persengketaan yang menyangkut persoalan peraturan, pelanggaran peraturan, dan penegasan fakta-fakta yang perlu mendapatkan keadilan.

B. Aplikasi Komunikasi Politik

1) Bentuk – bentuk Komunikasi Politik

Menurut Arifin (2003 : 65) terdapat berbagai bentuk komunikasi politik yang bisa dilakukan oleh politikus atau aktivis politik untuk mencapai tujuan politiknya. Teknik komunikasi yang dilakukan diarahkan untuk mencapai dukungan-legitimasi (otoritas sosial), yang meliputi tiga level, yaitu pengetahuan, sikap sampai perilaku khalayak. Kegiatan komunikasi politik meliputi juga; upaya untuk mencari, mempertahankan dan meningkatkan dukungan politik. Beberapa bentuk komunikasi politik yang sudah lama dikenal dan dilakukan oleh para politikus atau aktivis politik antara lain retorika politik, agitasi politik, propaganda politik, *public relations politic* dan lobi politik.

- Retorika Politik

Retorika adalah komunikasi yang bersifat dua arah atau dialogis yaitu antara satu dengan satu yang lain atau satu orang berbicara kepada satu orang atau beberapa orang, untuk saling mempengaruhi dengan secara persuasif dan timbal balik (dua arah). Itulah sebabnya retorika pada awalnya dikembangkan sebagai kegiatan seni, yaitu seni berbicara.

Kemudian, pengertian ini dikembangkan menjadi suatu ilmu pengetahuan tersendiri.

Seorang orator, selain harus memiliki pengetahuan mengenai kejiwaan manusia, ia juga harus memiliki kesadaran mendalam tentang kebenaran, terutama aspek kebenaran suatu permasalahan yang dibicarakan.

Retorika pada dasarnya menggunakan lambang untuk mengidentifikasi pembicara dengan pendengar melalui pidato. Sedang pidato adalah konsep yang sama pentingnya dengan retorika sebagai identifikasi atau sebagai simbolisme. Dengan berpidato kepada khalayak secara terbuka akan berkembang wacana publik dan berlangsung proses persuasi. Melalui pidato dapat terungkap adanya konflik atau konsensus. Itulah sebabnya Dan Nimmo (1989: 142) menyebut pidato adalah negosiasi dengan retorika politik akan tercipta masyarakat dengan negosiasi (konflik dan konsensus) yang terus berlangsung.

- **Agitasi Politik**

Agitasi politik adalah suatu upaya menggerakkan massa dengan lisan atau tulisan, dengan cara merangsang dan membangkitkan emosi khalayak.

Agitasi menurut Blummer (1969) dalam Arifin (2003: 71) dimulai dengan cara membuat kontradiksi dalam masyarakat dan menggerakkan khalayak untuk menentang kenyataan hidup yang dialami selama ini

(penuh ketidakpastian dan penuh penderitaan), dengan tujuan menimbulkan kegelisahan di kalangan massa.

Kemudian rakyat digerakkan untuk mendukung gagasan baru atau ideologi baru dengan menciptakan keadaan yang baru.

- **Propaganda Politik**

Propaganda yang berasal dari kata lain *propagare* (menyemaikan tunas suatu tanaman) adalah salah satu bentuk kegiatan yang sudah lama dikenal penggunaannya dalam bidang politik, meskipun pada awalnya (1622) digunakan sebagai bentuk kegiatan keagamaan (agama katolik).

Pada tahun 1622 Paus Gregorius XV membentuk suatu komisi kardinal yang bernama *Congregatio de Propaganda Vide*, untuk menumbuhkan keimanan kristiani diantara bangsa – bangsa.

Selanjutnya, propaganda yang disengaja adalah propaganda yang memang dipersiapkan dengan cermat untuk memperoleh dukungan politik. Sedangkan propaganda yang tidak disengaja adalah propagan yang terjadi secara spontan (tanpa disengaja), dalam sebuah susunan atau kondisi yang tidak direncanakan sebelumnya.

- **Public Relation Politic**

Secara umum *public relation politic* dipahami sebagai suatu usaha penyampaian ide atau pesan kepada masyarakat. Kemudian, arti ini berkembang dan dapat diperluas menjadi usaha – usaha atau kegiatan – kegiatan atau badan atau organisasi untuk menciptakan dan menjaga hubungan yang harmonis dan menguntungkan dengan golongan –

golongan tertentu atau masyarakat, guna mendukung dukungan dan penghargaan.

Dalam definisi yang ditulis oleh Hoofman dijelaskan bahwa *public relation* adalah suatu usaha atau kegiatan dari suatu badan kemasyarakatan dalam mengadakan hubungan – hubungan luar secara sadar dan sistematis. Dalam definisi ini tidak dijelaskan untuk apa hubungan – hubungan itu dilakukan dengan cara bagaimana.

- **Kampanye politik**

Kegiatan komunikasi politik yang paling semarak dan melibatkan banyak orang adalah kampanye politik. Kegiatan ini dilakukan selama menjelang pemilihan, terutama pemilihan anggota legislatif (parlemen) yang disebut Pemilihan Umum (Pemilu) atau pilihan raya. Selain pemilihan anggota parlemen yang tidak kalah pentingnya adalah pemilihan jabatan – jabatan politik, terutama pemilihan presiden, gubernur, dan bupati.

Kampanye politik adalah bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang atau organisasi politik dalam waktu tertentu untuk memperoleh dukungan politik dari rakyat.

Dengan demikian, kampanye politik adalah kegiatan yang bersifat formal dalam sebuah perebutan jabatan – jabatan politik tertentu. Dalam kampanye politik, biasanya semua bentuk komunikasi politik dikembangkan seperti agitasi politik, propaganda politik, *public relation politic* dan retorika politik. Namun, harus diingat bahwa di negara demokrasi (termasuk Indonesia) penggunaan agitasi politik dan

propaganda politik yang mengabaikan nilai – nilai kebenaran, etika dan moral harus ditinggalkan.

- **Lobi Politik**

Lobi politik dan rapat politik, merupakan forum pembicaraan politik yang dalam perspektif komunikasi politik tercakup dalam komunikasi antarpersona atau tatap muka, yang bersifat dialogis. Jika lobi politik bersifat informal (tidak ada tata tertib), rapat politik, persidangan politik, atau forum musyawarah politik justru bersifat sangat formal atau resmi (ada tata tertib, ada ketua rapat, ada notulen rapat, dan ada keputusan rapat yang tertulis) dalam proses pengambilan keputusan politik yang akan mengikat semua pihak.

Lobi politik adalah gelanggang terpenting bagi pembicaraan para politikus atau kader partai politik tentang kekuasaan, pengaruh, otoritas, konflik dan konsensus. tidak salah jika para pakar seperti Lasswell dan Kapland menyebut bahwa pembicaraan dibelakang layar para tokoh politik itu lebih memberi gambaran tentang kondisi politik yang sesungguhnya, ketimbang yang dikatakan melalui media.

- **Pola Tindakan Politik**

Pola politik muncul sebagai akibat dari lobi politik, retorika politik dan kampanye politik. Dengan demikian lobi politik, retorika politik dan kampanye politik, dapat juga disebut sebagai tindakan politik, dan merupakan salah satu bentuk komunikasi politik. Namun, komunikasi politik yang seperti ini adalah bersifat nonverbal. Hal ini dapat disebut

juga sebagai informasi politik, terutama karena semua tindakan itu tidak boleh dipahami sebagai pesan, melainkan sebagai kemungkinan yang dapat di prediksi berdasarkan pola. Jika tindakan politik itu tidak sesuai dengan pola, tindakan tersebut dapat disebut sebagai kejutan.

Sesungguhnya, tindakan politik dalam peristiwa komunikasi politik bertujuan untuk membentuk citra politik bagi masyarakat, yaitu gambaran tentang realitas politik yang memiliki makna. Robert (1977) menjelaskan bahwa citra menunjukkan keseluruhan informasi menurut teori informasi tentang dunia ini yang telah diolah, diorganisasikan dan disimpan oleh individu.

Secara umum, citra adalah peta seseorang tentang realitas. Tanpa citra, seseorang akan selalu berada dalam yang tidak pasti. Citra adalah gambaran tentang realitas, kendati pun tidak harus selalu sesuai dengan realitas yang sesungguhnya.

2) Media Komunikasi Politik

Mc. Luhan (1962) menguraikan bahwa media secara umum adalah perpanjangan alat indra manusia. Dengan media kita memperoleh informasi tentang benda, orang, dan tempat yang tidak kita alami secara langsung. Dunia ini terlalu luas untuk kita masuki semuanya, dan media massa datang dengan menyampaikan berbagai pesan tentang lingkungan sosial dan politik. Semua pesan yang mengandung muatan politik dapat membentuk atau mempertahankan citra politik dan pendapat umum.

C. Aktor Komunikasi Politik

Komunikator politik menurut ASM. Romli (2014; 10) pada dasarnya adalah semua orang yang berkomunikasi tentang politik, mulai dari obrolan warung kopi hingga sidang parlemen untuk membahas konstitusi negara. Namun yang menjadi komunikator utama adalah para pemimpin politik atau pejabat pemerintah karena merekalah yang aktif menciptakan pesan politik untuk kepentingan politis mereka. Terdapat tiga kategori komunikator politik, yaitu; politikus, profesional, aktivis.

- Politikus ; merupakan individu yang melakukan kegiatan politik (sumber : KBBI.web.id)
- Profesional ; makelar simbol, orang yang menerjemahkan sikap, pengetahuan dan minat suatu komunitas bahasa ke dalam istilah – istilah komunitas bahasa yang lain yang berbeda tapi menarik dan dapat dimengerti (James Carey). Profesional ini bisa termasuk jurnalis dan promotor.
- Aktivis : merupakan seorang *spokeman* bagi bagi kepentingan terorganisasi, tidak memegang atau mencita-citakan jabatan pemerintahan, juga bukan profesional dalam kounikasi. Perannya mirip jurnalis.

Menurut Nimmo (2005: 25), salah satu ciri komunikasi ialah bahwa orang jarang dapat menghindari dan keturutsertaan. Hanya dihadiri dan diperhitungkan oleh seorang lain pun memiliki nilai pesan. Dalam arti yang paling umum kita semua adalah komunikator, begitu pula siapapun yang dalam setting politik adalah komunikator politik. Meskipun mengakui bahwa setiap orang boleh

berkomunikasi tentang politik, kita mengakui bahwa relatif sedikit yang berbuat demikian, setidak-tidaknya yang melakukannya serta tetap dan sinambung. Mereka yang relatif sedikit ini tidak hanya bertukar pesan politik; mereka adalah pemimpin dalam proses opini. Para komunikator politik ini, dibandingkan dengan warga negara pada umumnya, ditanggapi dengan lebih bersungguh-sungguh bila mereka berbicara dan berbuat.

Sebagai pendukung pengertian yang lebih besar terhadap peran komunikator politik dalam proses opini, Leonard W. Dood (Dalam Henry Ida, 2012: 24), menyarankan jenis-jenis hal yang patut diketahui mengenai mereka: “Komunikator dapat dianalisis sebagai dirinya sendiri. Sikapnya terhadap khalayak potensialnya, martabat yang diberikannya kepada mereka sebagai manusia, dapat mempengaruhi komunikasi yang dihasilkannya, jadi jika ia mengira mereka itu bodoh, ia akan menyesuaikan nada pesannya dengan tingkat yang sama rendahnya. Ia sendiri memiliki kemampuan-kemampuan tertentu yang dapat dikonseptualkan sesuai dengan kemampuan akalannya, pengalamannya sebagai komunikator dengan khalayak yang serupa atau yang tak serupa, dan peran yang dimainkan di dalam kepribadiannya oleh motif untuk berkomunikasi.

Berdasarkan pada anjuran Doob, jelas bahwa komunikator atau para komunikator harus diidentifikasi dan kedudukan mereka di dalam masyarakat harus ditetapkan. Untuk keperluan ini Nimmo mengidentifikasi tiga kategori politikus, yaitu yang bertindak sebagai komunikator politik, komunikator profesional dalam politik, dan aktivis atau komunikator paruh waktu.

a). Politikus Sebagai Komunikator Politik

Kelompok ini adalah orang yang bercita-cita untuk memegang jabatan pemerintah dan memegang pemerintah yang harus berkomunikasi tentang politik dan disebut dengan politikus, tak peduli apakah mereka dipilih, ditunjuk, atau jabatan karier, baik jabatan eksekutif, legislatif, atau yudikatif. Pekerjaan mereka adalah aspek aspek utama dalam kegiatan ini. Meskipun politikus melayani beraneka tujuan dengan berkomunikasi, ada dua hal yang menonjol. Daniel Katz (Dalam Henry, 2012: 24) menunjukkan bahwa pemimpin politik mengarahkan pengaruhnya ke dua arah, yaitu mempengaruhi alokasi ganjaran dan mengubah struktur sosial yang ada atau mencegah perubahan demikian. Dalam kewenangannya yang pertama politikus itu berkomunikasi sebagai wakil suatu kelompok; pesan-pesan politikus itu mengajukan dan melindungi tujuan kepentingan politik, artinya komunikator politik mewakili kepentingan kelompoknya. Sebaliknya, politikus yang bertindak sebagai ideologi tidak begitu terpusat perhatiannya kepada mendesak tuntutan kelompoknya, ia lebih menyibukkan diri untuk menetapkan tujuan kebijakan yang lebih luas, mengusahakan reformasi dan bahkan mendukung perubahan revolusioner. Termasuk dalam kelompok ini, politikus yang tidak memegang jabatan dalam pemerintah, mereka juga komunikator politik mengenai masalah yang lingkungannya nasional dan internasional, masalah yang jangkauannya berganda dan sempit.

Jadi banyak jenis politikus yang bertindak sebagai komunikator politik, namun untuk mudahnya kita klasifikasikan mereka sebagai politikus (1) berada di dalam atau di luar jabatan pemerintah, (2) berpandangan nasional atau sub nasional, dan (3) berurusan dengan masalah berganda atau masalah tunggal.

b). Profesional Sebagai Aktor Politik

Komunikator profesional adalah peranan sosial yang relatif baru, suatu hasil sampingan dari revolusi komunikasi yang sedikitnya mempunyai dua dimensi utama: munculnya media massa yang melintasi batas-batas rasial, etnis, pekerjaan, wilayah, dan kelas untuk meningkatkan kesadaran identitas nasional; dan perkembangan serta merta media khusus yang menciptakan publik baru untuk menjadi konsumen informasi dan hiburan. Seorang komunikator profesional, menurut James Carey (Dalam Henry, 2012: 24) adalah seorang makelar simbol, orang yang menerjemahkan sikap, pengetahuan, dan minat suatu komunitas bahasa ke dalam istilah-istilah komunitas bahasa yang lain dan berbeda tetapi menarik dan dapat dimengerti. Komunikator profesional menghubungkan golongan elit dalam organisasi atau komunitas mana pun dengan khalayak umum; secara horizontal ia menghubungkan dua komunitas bahasa yang dibedakan pada tingkat struktur sosial yang sama. Bagaimanapun, karena menjadi komunikator profesional, bukan politikus, profesional yang berkomunikasi

menempatkan dirinya terpisah dari tipe-tipe komunikator politik yang lain, terutama aktivis politik.

Dalam definisi diatas menunjukkan bahwasanya komunikasi politik lebih di titik tekankan pada proses politik yang berlangsung sesuai dengan sistem yang sudah ada. Idealis sebuah negara disini mulai di prioritaskan karena negara adalah sebuah media yang bisa mengemplementasikan segala hal yang di lakukan oleh warga .

Pengertian tersebut menunjukkan kepada sikap dan perilaku individu-individu yang berada dalam lingkup sistem politik yang mencerminkan suatu bangunan kehidupan negara dengan segala kompleksitasnya untuk mencapai ideal negara sehingga akan tampak jelas perpaduan seluruh unsur yang ada dalam lingkup negara adalah produk komonikasi politik. Karena itu komonikasi politik bukan membahas suatu proses yang bersifat temporer atau situasional tertentu, namun bahasan komonikasi politik akan menampakkan karakter sebagai identitas keilmuan, baik sebagai ilmu murni (*pure science*) yang bersifat ideal dan berada dalam lingkup —*das sollen*”. (apa yang seharusnya) maupun sebagai ilmu terapan yang berada dalam dunia empiris (dunia nyata) dalam lingkup wilayah “*das sein*”.

D. Komponen Komunikasi Politik

Hafied Cangara (2014: 395) menjelaskan bahwa penelitian komunikasi politik senantiasa mengacu pada definisi komunikasi klasik Harold D. Lasswell yakni *Who says what to whom throught what channel and what effect.*

Berdasarkan definisi ini mengandung beberapa elemen dasar yang menjadi bidang studi riset komunikasi politik, yaitu *Who* yang menunjukkan siapa yang menjadi aktor politik atau kandidat yang diusung maju dalam Pemilihan, *says what* apa yang diucapkan selama kampanye, apa tema dan isi program kampanye yang ditawarkan, *to whom* kepada siapa-siapa yang menjadi target kampanye, bagaimana bentuk khalayak yang dihadapi, apakah potensi untuk memilih atau tidak, bagaimana sosio-demografik mereka, apakah mereka tergolong massa yang kritis atau massa yang apatis saja, *through what channel* tentang saluran atau media apa yang mereka gunakan dalam penyampaian program kampanye, apakah melalui media massa seperti televisi, radio atau surat kabar, melalui tatap muka, jaringan keluarga, organisasi, kelompok sosial atau menggunakan media luar ruangan seperti spanduk, bendera, baliho, dan simbol – simbol komunikasi lainnya. *And what effects* dan apa pengaruh dari kampanye yang bisa diperoleh, apakah calon pemilih sudah mengenal kandidat yang ada, apakah ia tidak akan mengubah pilihannya lagi sampai hari pemungutan suara, dan apakah memang ia memilih kandidat yang telah dikampanyekan.

Harold D. Lasswell menaruh minat besar pada ilmu komunikasi mengatakan bahwa, cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi politik adalah dengan menjawab pertanyaan “*Who says in which channel to whom with what effect?*”. Paradigma Lasswell tersebut menunjukkan bahwa komunikasi politik meliputi lima komponen sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu. Komponen – komponen komunikasi politik tersebut sama halnya dengan komponen – komponen kampanye politik, yaitu ;

1) Komunikator

Secara umum siapapun yang terlibat dalam menggagas, merancang, mengorganisasikan dan menyampaikan pesan dalam sebuah kegiatan kampanye dapat disebut sebagai pelaku kampanye. Pelaku kampanye adalah sebagai sumber pesan atau penyampai pesan yang secara operasional langsung berkomunikasi dengan khalayak.

Komunikator politik dapat pula berupa negara, badanbadan internasional dan mereka yang mendapat tugas atas nama negara.

Komunikator politik merupakan bagian integral dalam berlangsungnya proses komunikasi. Komunikator politik yang memberi warna dominan terhadap proses komunikasi, yaitu komunikator yang menduduki struktur kekuasaan, karena merekalah yang mengelola, mengendalikan lalu lintas transformasi pesan-pesan komunikasi dan mereka yang menentukan kebijaksanaan nasional. Karena itu sebagai komunikator politik dituntut berbagai persyaratan agar proses komunikasi mencapai sasaran sebagaimana diharapkan. Persyaratan-persyaratan yang dimaksud yaitu:

- a). Memiliki nuansa yang luas tentang berbagai aspek dan masalah-masalah kenegaraan.
- b). Memiliki komitmen moral terhadap sistem nilai yang sedang berlangsung.
- c) Berorientasi kepada kepentingan negara.
- d) Memiliki kedewasaan emosi (*emotional intelligence*)

e) Jauh dari sikap hipokrit (*cognitive dissonance*)

Komunikator politik yang berada dalam struktur kekuasaan Menurut Deddy Mulyana (2010: 5) disebut juga sebagai elit berkuasa. Sedangkan elit yang tidak duduk pada struktur kekuasaan-kekuasaan disebut elit masyarakat yaitu elit yang paling besar jumlahnya, karena elit ini berada dalam berbagai asosiasi kemasyarakatan yang berhubungan dengan seluruh aspek kehidupan.

2) Pesan

Kampanye pada dasarnya adalah penyampaian pesan – pesan dari pengirim kepada khalayak. Pesan juga merupakan informasi yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan simbol baik verbal maupun nonverbal, yang diharapkan dapat memancing respon khalayak.

3) Media/Saluran

Saluran kampanye adalah sebagai perantara apapun memungkinkan pesan – pesan sampai kepada penerima.

4) Komunikan

Khalayak sasaran sebagai sejumlah orang yang pengetahuan, sikap dan perilakunya akan diubah melalui kegiatan kampanye.

5) Efek

Dampak yang terjadi pada komunikan setelah menerima pesan dari sumber, seperti perubahan sikap, bertambahnya pengetahuan (Effendy, 2003; 10).

2.4 Regulasi Pemilu Presiden

Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden atau biasa dikenal disingkat dengan istilah Pemilu Presiden dan Wakil Presiden diatur dalam Undang – undang Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2008 Tentang Pemilihan Umum Presiden Dan Wakil Presiden. Pemilihan umum dilaksanakan secara langsung oleh rakyat guna mewujudkan pemerintahan negara yang demokratis berdasarkan Pancasila dan Undang – undang Dasar Negara Republi Indonesia Tahun 1945.

Pemilihan umum Presiden dan Wakil Presiden diselenggarakan secara demokratis dan beradab melalui partisipasi rakyat seluas – luasnya berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden.

Undang – undang nomor 42 Tahun 2008 merupakan pengganti Undang – undang Pemilu sebelumnya yaitu Undang – undang Nomor 23 Tahun 2003. Selanjutnya, kegiatan Pemilu ini diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai penyelenggara pemilihan umum yang bersifat nasional, tetap, dan mandiri.

Komisi Pemilihan Umum ini terdapat beberapa tingkatan sesuai dengan wilayah kerjanya. KPU Pusat untuk wilayah Nasional, Komisi Pemilihan Umum Provinsi dan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/Kota, selanjutnya disebut KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota, adalah penyelenggara pemilihan umum di provinsi dan kabupaten/kota. Adapun untuk wilayah kecamatan disebut dengan Panitia Pemilihan Kecamatan atau PPK untuk menyelenggarakan pemilu di wilayah

kecamatan. KPU Kabupaten/Kota membentuk suatu panitia yang disebut dengan Panitia Pemungutan Suara yang disebut PPS dengan tugas untuk menyelenggarakan Pemilu di tingkat Desa/Kelurahan.

Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden juga diselenggarakan bagi Warga Negara Indonesia yang berada di Luar Negeri, untuk itu KPU juga membentuk Panitia Pemilihan Luar Negeri yang disebut dengan PPLN.

Panitia Pemungutan Suara atau PPS membentuk Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara yang ditugaskan untuk menyelenggarakan pemungutan suara di tempat pemungutan suara (TPS). Begitu juga dengan PPLN yang membentuk Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara Luar Negeri (KPPSLN) untuk melaksanakan kegiatan pemungutan suara di tempat pemungutan suara di luar negeri.

Pelaksanaan pemilihan umum ini juga diawasi oleh suatu badan yang disebut dengan Badan Pengawas Pemilu atau biasa disebut dengan Bawaslu, tugas utama dari Bawaslu adalah untuk mengawasi pelaksanaan Pemilu di seluruh wilayah yang menyelenggarakan Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden. Seperti halnya dengan KPU, Bawaslu juga memiliki berbagai tingkatan wilayah kerja seperti wilayah Nasional, Luar Negeri, Provinsi, Kabupaten/Kota, Kecamatan, hingga pada tingkat Desa/Kelurahan.

Pada BAB II UU Nomor 42 Tahun 2008 ini menjelaskan mengenai asas, pelaksanaan dan lembaga penyelenggara pemilu Presiden dan Wakil Presiden. Asas Pemilu Presiden dan Wakil Presiden dilaksanakan secara efektif dan efisien berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil.

Pelaksanaan Pemilu Presiden dan Wakil Presiden ini berlangsung setiap 5 (lima) tahun sekali dan dilaksanakan secara serentak di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia, baik itu pada hari libur atau hari yang diliburkan. Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden dilaksanakan setelah pelaksanaan pemilihan umum anggota DPR, DPD, dan DPRD.

Tahapan penyelenggaraan Pemilu Presiden dan Wakil Presiden adalah sebagai berikut :

- a. penyusunan daftar Pemilih;
- b. pendaftaran bakal Pasangan Calon;
- c. penetapan Pasangan Calon;
- d. masa Kampanye;
- e. masa tenang;
- f. pemungutan suara dan penghitungan suara;
- g. penetapan hasil Pemilu Presiden dan Wakil Presiden;
- h. pengucapan sumpah/janji Presiden dan Wakil Presiden.

2.5 Barisan Emak – emak Militan

Barisan emak – emak militan berdiri pada tanggal 9 September 2018 di jalan Pegangsaan, Menteng, Jakarta Pusat. BEM RN PAS diketuai oleh Siti Aftamari, seorang akademisi sekaligus enterpreneur perempuan yang berasal dari Pangkal Pinang, Bangka Belitung. Sedangkan Ketua Dewan Pembina adalah aktivis dan tokoh perempuan asal Riau, Elidanetti.

Memulai kongres pertama pada tanggal 25 dan 26 September 2018 di Jakarta. Untuk kemudian turun ke tiap daerah untuk mengajak setiap masyarakat menjadi relawan pasangan calon presiden dan wakil presiden Prabowo Subianto dan Sandiaga S. Uno. Menurut Sri Mulyati ketua cabang Sukabumi mengatakan bahwa, Koordinasi tiap daerah dilakukan agar pergerakan dan kegiatan organisasi lebih terstruktur dan rapi sehingga tujuan organisasi dapat tercapai secara maksimal.

Sementara untuk Kota Tasikmalaya sendiri, BEM diresmikan pada 21 Oktober 2018 di hotel Grand Metro berdasarkan pada penuturan Ketua Bidang Strategi Emak Yuli FY Bustami. Terdiri 120 anggota pada awal dibentuk di Kota Tasikmalaya. Dalam menyampaikan pesan politiknya, Emak – emak memercayai Pasangan Prabowo – Sandi akan dapat memperbaiki keadaan ekonomi yang tengah dialami pada saat itu.

Proses perekrutan kemudian dilakukan perwilayah Kota Tasikmalaya, mulai dari mengajak kepada orang perorang ataupun organisasi kewanitaan seperti komunitas senam, komunitas kuliner hingga pada perkumpulan istri – istri suatu perusahaan atau organisasi. Berdasarkan penuturan Emak Yetty Sumaryati, anggota Barisan Emak Militan pendukung Prabowo – Sandi telah mencapai ribuan pada saat pemilihan pada tanggal 17 April 2019.

Barisan Emak Militan ini memiliki peran penting dalam mempengaruhi masyarakat khususnya wanita dalam menentukan pilihan politik, karena para emak senantiasa berinteraksi di keramaian dan menjalin hubungan internal dengan kawan

bicaranya demikian menurut tokoh politik Kota Tasikmalaya Drs. H Syarief Hidayatullah.

A. Profil Barisan Emak – emak Militan

Barisan Emak – emak Militan (BEM) ini merupakan suatu komunitas yang dalam kegiatannya dilatarbelakangi oleh persamaan dalam mendukung salah satu pasangan calon dan wakil presiden pada Pemilu 2019. Barisan emak militan ini dibentuk atau diisi oleh para ibu – ibu yang berada pada usia produktif maupun sudah purnakarya (pensiun), mulai dari ibu rumah tangga, pensiunan, tenaga kesehatan dan petani bergabung untuk menyuarakan keinginan mereka dalam mendukung salah satu pasangan calon presiden dan wakil presiden pada 2019.

Bergabungnya ibu – ibu dalam komunitas ini karena adanya kesamaan lingkungan tempat tinggal, profesi bahkan persamaan profesi suami yang menjadikan para ibu ini terus melakukan interaksi untuk menggalang kekuatan dalam suara.

Adanya persamaan latar belakang masalah yang dialami, terutama masalah ekonomi rumah tangga menjadikan para ibu ini bersatu untuk menyuarakan masalahnya kepada calon yang mereka percayai dapat memberikan solusi atas kendala yang dihadapi.

Media informasi yang canggih memudahkan orang – orang yang ada di daerah untuk terjun kedalam komunitas atau wadah yang sama untuk menyuarakan aspirasi ke tingkat pusat.

Pengurus komunitas pusat yang ada di Jakarta pun sangat antusias dengan adanya sambutan dari warga daerah terhadap persamaan cara pandang politik yang mereka usung. Hasilnya adalah adanya dukungan dari pusat berupa informasi – informasi dan fasilitas media promosi untuk memudahkan menyalurkan informasi – informasi ke masyarakat luas di daerah

B. Kegiatan Barisan Emak – emak Militan

Adapun kegiatan yang dilakukan oleh komunitas Barisan Emak – emak Militan (BEM) ini diantara adalah sebagai berikut:

- Arisan

Dalam kegiatan ini para ibu biasa bercengkrama dengan sesamanya dan saling bertukar informasi. Pada sebab itu, ajang arisan ini merupakan tempat yang paling ideal dalam menyampaikan gagasan dan informasi agar dapat mempengaruhi masyarakat atau dalam hal ini rekan seperkumpulan. Cara ini dinilai cukup efektif dalam menyampaikan informasi secara menyeluruh.

Dalam kegiatan ini perwakilan dari BEM menyampaikan gagasan, visi dan misi dari salah satu calon yang didukung, namun keadaan ini sebelumnya telah dipastikan bahwa tidak ada orang dari kubu lawan yang ikut menghadiri acara tersebut untuk menghindari konflik yang tidak sehat.

- Pengajian

Momen keagamaan merupakan momen yang sakral, pada sebab itu tidak ada interaksi yang menjurus pada kegiatan kampanye saat pengajian berlangsung, tetapi penyampaian informasi terjadi pada saat sebelum dimulainya pengajian dan setelah pengajian.

- Senam dan Pemeriksaan Kesehatan

Dalam kegiatan olahraga yang menghimpun banyak massa tidak luput dari komunitas ini untuk menyampaikan informasi mengenai gagasan, visi dan misi pasangan capres cawapres nomor 2 ini.

Kegiatan senam pagi dan pemeriksaan kesehatan ini merupakan hal yang rutin dilakukan pada saat sebelum kampanye. Setelah memasuki masa kampanye kegiatan senam dan pemeriksaan kesehatan ditambah dengan kampanye politik yang disampaikan pada peserta yang mengikuti kegiatan ini.

- Makan Bersama

Dalam kegiatan sehari – hari terdapat kultur dalam menjadi kebiasaan berupa makan siang bersama atau dikenal dengan istilah botram. Kegiatan ini berupa makan siang bersama di tempat salah satu warga dimana warga yang lain juga ikut berkumpul untuk bersantap siang. Pada saat berkumpul itulah yang menjadi kesempatan untuk menyampaikan gagasan, visi dan misi dari pasangan calon nomor 2 pada pemilu 2019.

Beberapa hal di atas merupakan kegiatan dari BEM yang dilakukan pada masa kampanye Presiden 2019. Selain daripada kegiatan kampanye

langsung yang turun ke jalan dan berorasi sebagai mana biasanya dilakukan pada masa kampanye.

Kegiatan BEM ini juga terjadi pada saat pencoblosan. Para ibu ini secara sukarela menjadi saksi dan ikut dalam mengawasi perhitungan suara presiden dan wakilnya tanpa dibayar. Para ibu ini rela begadang sampai pagi untuk mengawasi perhitungan suara untuk kemudian disetorkan ke tingkat pusat.

2.6 Kerangka Pemikiran

Kerangka Pemikiran adalah penjelasan sementara terhadap suatu gejala yang menjadi objek permasalahan kita. Kerangka berpikir ini disusun dengan berdasarkan pada tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relevan atau terkait. Kerangka berpikir ini merupakan suatu argumentasi kita dalam merumuskan hipotesis. (Usman & Purnomo, 2008: 16).

Dalam penelitian ini, hal yang dikaji adalah mengenai komunikasi politik yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan dalam menentukan pilihan politis pada pemilihan presiden 2019 sehingga dapat mempengaruhi untuk mengubah atau mengajak melalui suatu pesan maupun suatu media yang sesuai bagi komunikan tersebut.

Komunikasi politik dijelaskan oleh Mueller (1973) dalam Sudarmansyah dkk. (2013: 29) sebagai hasil yang bersifat politik apabila menekankan pada hasil. Sedangkan definisi komunikasi politik jika menekankan pada fungsi komunikasi

politik dalam sistem politik, adalah komunikasi yang terjadi dalam suatu sistem politik dan antara sistem tersebut dengan lingkungannya.

Menurut Harold D. Lasswell dalam Effendy (2003: 10), komponen – komponen dalam komunikasi politik adalah sebagai berikut :

a. Komunikator

Secara umum siapapun yang terlibat dalam menggagas, merancang, mengorganisasikan dan menyampaikan pesan dalam sebuah kegiatan kampanye dapat disebut sebagai pelaku kampanye. Pelaku kampanye adalah sebagai sumber pesan atau penyampai pesan yang secara operasional langsung berkomunikasi dengan khalayak.

b. Pesan

Kampanye pada dasarnya adalah penyampaian pesan – pesan dari pengirim kepada khalayak. Pesan juga merupakan informasi yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan simbol baik verbal maupun nonverbal, yang diharapkan dapat memancing respon khalayak.

c. Media/Saluran

Saluran kampanye adalah sebagai perantara apapun memungkinkan pesan – pesan sampai kepada penerima.

d. Komunikan

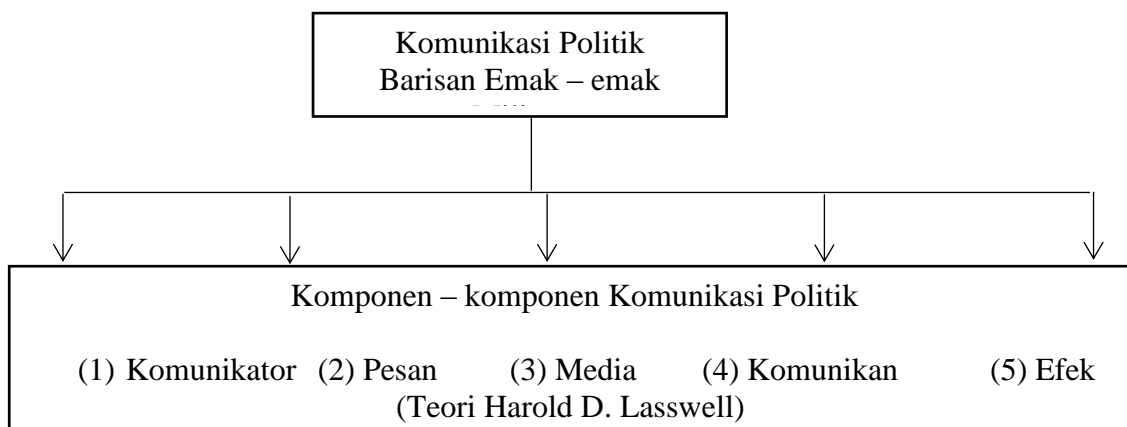
Khalayak sasaran sebagai sejumlah orang yang pengetahuan, sikap dan perilakunya akan diubah melalui kegiatan kampanye.

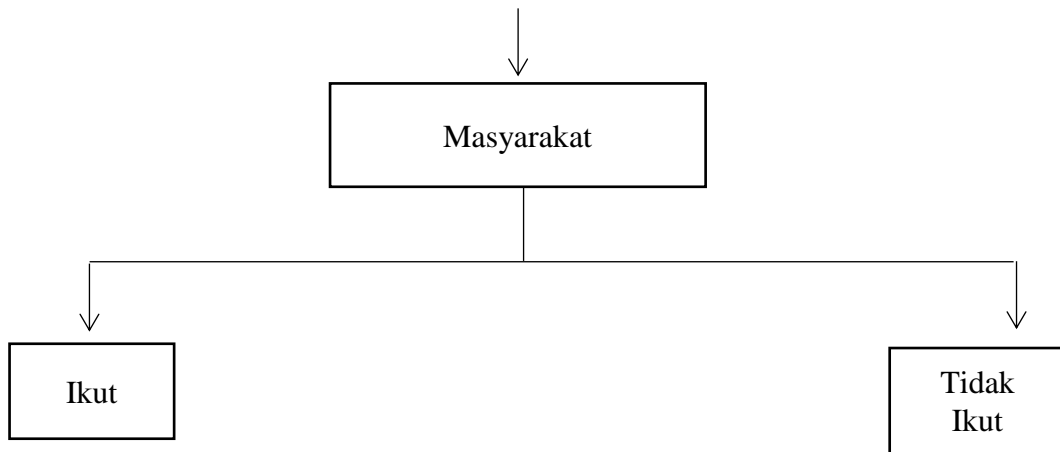
e. Efek

Dampak yang terjadi pada komunikan setelah menerima pesan dari sumber, seperti perubahan sikap, bertambahnya pengetahuan.

Berdasarkan pada definisi – definisi sebelumnya, komunikasi politik merupakan suatu kegiatan dalam sistem politik yang keberadaannya hampir selalu ada. Komunikasi politik merupakan interaksi antara dua individu atau lebih dengan menggunakan suatu media yang sesuai untuk kedua belah pihak dalam melakukan interaksi, untuk kemudian bisa mempengaruhi orang yang diajak berinteraksi tersebut. Komunikasi politik bertujuan untuk membentuk citra politik sehingga dapat mempengaruhi khalayak untuk melakukan sesuatu agar mengikuti sang komunikator. Komunikasi politik yang baik disusun dari komunikator yang dapat menyampaikan maksud dan tujuan untuk kemudian menarik minat bagi orang diajak berinteraksi, pesan yang dapat menarik perhatian khalayak yang diajak berinteraksi, media yang digunakan adalah media yang sesuai dengan khalayak, komunikan atau orang diajak berinteraksi dan efek yang ditimbulkan adalah komunikan tersebut akan mengikuti komunikator dan bahkan menjadi komunikator baru dalam menyampaikan pesan politik. Gambar kerangka pikiran penelitian adalah sebagai berikut,

Gambar 2.2
Kerangka Penelitian





2.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai komunikasi politik, baik dalam kondisi pemilihan umum maupun tidak langsung ini telah diteliti oleh beberapa peneliti sebelumnya. Dalam penelitian ini, peneliti menyampaikan penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti yang mengamati mengenai tingkah laku yang terjadi dan berhubungan dengan komunikasi politik..

Neti Sumiati Hasandinata (dalam jurnal ISSN. 1412 – 5900 Vol. 11, Nomor 2, 2013) menyampaikan dalam karyanya yang berjudul Afirmasi, Komunikasi Politik Perempuan: Jelang Pemilu 2014, bahwa menjelang pemilu 2014, kaum perempuan masih belum mendapat kepercayaan dari masyarakat untuk menjadi wakil rakyat. Beberapa penyebab yang menjadi masalah tersebut adalah karena komunikasi yang dibangun tidaklah maksimal. Komunikator tidak mampu untuk menyampaikan visi – misi dan mempengaruhi komunikan, pesan yang disampaikan tidak terlalu atraktif bagi komunikan, media yang digunakan dirasa umum oleh masyarakat sehingga masyarakat mudah melupakan calon legislaif, masyarakat sebagai komunikan juga

kurang mempercayai caleg perempuan karena kurangnya karisma yang ditunjukkan pada masyarakat. Hasilnya adalah efek yang terjadi pada komunikasi tidak sesuai dengan harapan. Komunikasi politik yang pasif tidak akan memberikan hasil yang positif dalam mempengaruhi masyarakat.

Fenomena yang terjadi dalam karya ilmiah milik penulis adalah adanya gerakan masif yang terjadi dikalangan masyarakat dengan ibu – ibu sebagai komunikator dan komunikasi utama dalam kegiatan komunikasi politik ini.

Zaenal Mukarom menyampaikan dalam penelitian berjudul Perempuan dan Politik: Studi Komunikasi Politik Tentang Keterwakilan Perempuan di Legislatif (dalam 56/DIKTI/Kep/2005 Mediator, Vol. 9, No. 2) bahwa, Partisipasi politik perempuan masih dipandang sebelah mata dan belum diberdayakan secara maksimal. Keterbatasan partisipasi perempuan akan sangat memengaruhi, baik secara langsung maupun tidak langsung, terhadap upaya pengembangan masyarakat, termasuk juga pemberdayaan perempuan. Jika tingkat partisipasi politik masyarakat termasuk di dalamnya perempuan rendah, maka ada indikasi bahwa pelaksanaan demokrasi yang diselenggarakan di suatu negara memberi tandan kurang baik. Dan hal tersebut tentu saja merugikan bagi bangsa dan negara.

Dalam kajian tersebut disampaikan bahwa pada waktu penelitian, partisipasi politik perempuan sangat kurang, akan tetapi pada penelitian kali ini, perempuan memberikan kontribusi yang nyata dan secara langsung terjun untuk berperan aktif dalam memberikan pemikiran dan pandangan politiknya kepada masyarakat luas. Oleh karena itu, hasil komunikasi politik pada penelitian ini terdapat perbedaan pada hasilnya.

Penelitian mengenai komunikasi politik dengan peranan wanita sebagai subjek lainnya adalah oleh Indah Suryani (Universitas Sebelas Maret, 2010) dengan judul Partisipasi Perempuan Dalam Komunikasi Politik mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi perempuan dalam komunikasi politik di Pos-WK DPD PKS Sukoharjo dipengaruhi alasan internal dan eksternal. Pemberdayaan perempuan Indonesia di semua sektor kehidupan, termasuk didalamnya politik. Berdakwah memperbaiki kehidupan negara, memperoleh kekuasaan, dukungan partai dan keluarga, memperjuangkan hak-hak perempuan dan membangun citra positif partai melalui sosialisasi politik. Faktor-faktor yang menjadi kendala partisipasi perempuan dalam komunikasi politik di Pos-WK DPD PKS Sukoharjo dipengaruhi oleh kondisi internal dan eksternal perempuan. Beban ganda yang disandang perempuan, kemampuan Sumber Daya Manusia karena minimnya tingkat pendidikan dan ekonomi. Adanya kesalahan terhadap pemahaman politik, kondisi geografis, minimnya kesempatan berpolitik untuk perempuan, sulitnya membangun koordinasi dengan organisasi pemberdayaan perempuan lain, *money politics*, *gender*, serta dukungan partai membuat perempuan kurang percaya diri untuk berpartisipasi secara aktif dalam politik. Perempuan sebagai komunikator politik, membangun komunikasi dengan khalayak baik anggota Pos- WK, pejabat pembuat kebijakan, dan organisasi pemberdayaan perempuan. Pesan yang disampaikan perempuan lebih disesuaikan dengan tujuan atau efek komunikasi politik yang mereka inginkan seperti untuk sosialisasi partai politik, pemberdayaan perempuan, dan mempengaruhi kebijakan. Perempuan melalui organisasi Pos-WK juga dapat bertindak sebagai saluran komunikasi politik disamping menggunakan

media komunikasi personal dan media massa. Perempuan tidak segan menggunakan media komunikasi politik seperti demonstrasi untuk meraih tujuan politik mereka.

Terdapat beberapa persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, hanya saja ada perbedaan pada bagian subjek penelitian, waktu dan tempat penelitian.

Penelitian terakhir yang didapat penulis adalah penelitian yang dilakukan Iwan Awaluddin Yusuf (dalam JSP. Vol. 14, No. 3. Maret 2011) dengan judul Media Lokal dalam Konstelasi Komunikasi Politik di Daerah, mencermati komunikasi politik dengan media politik sebagai bahasan yang paling menonjol, mengemukakan bahwa, Media lokal bisa dijadikan sebagai sarana/media komunikasi politik yang efektif di daerah, masyarakat daerah akan lebih memperhatikan media lokal yang mengusung kabar politik. Dalam karya ini dijelaskan bahwa media lokal dapat digunakan sebagai sarana komunikasi politik yang paling efektif untuk mendapat perhatian dari masyarakat lokal. Hal ini terjadi karena, masyarakat lokal akan lebih memerhatikan tentang kondisi lingkungan yang terjadi di lingkungannya.

Persamaan yang terjdapat dalam penelitian ini adalah adanya segmentasi yang dilakukan oleh komunikator terhadap komunikan. Namun dalam penelitian ini, segmemntasi berdasarkan gender menjadi perhatian utama dan dalam suatu wilayah tertentu.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Peneliti	Persamaan	Perbedaan
1	2	3
Neti Sumiati Hasandinata ; Judul “ <i>Afirmasi, Komunikasi Politik Perempuan : Jelang Pemilu 2014</i> ”	Komunikasi Politik, Objek penelitian terhadap perempuan, Pemilu	Kaum perempuan masih belum mendapat kepercayaan masyarakat dalam berpolitik
Zaenal Mukarom : Judul “ <i>Perempuan dan Politik : Studi Komunikasi Politik Tentang Keterwakilan Perempuan Di Legislatif</i> ”	Komunikasi Politik, Objek penelitian terhadap perempuan, Pemilu	Dalam kajian tersebut disampaikan bahwa pada waktu penelitian, partisipasi politik perempuan sangat kurang,
Indah Suryani : Judul “ <i>Partisipasi Perempuan Dalam Komunikasi Politik</i> ”	Komunikasi Politik, Objek penelitian terhadap perempuan, Pemilu	Perempuan memiliki beberapa faktor yang menjadi kendala dalam menjalankan komunikasi politik, baik itu kendala internal maupun eksternal
Iwan Awaludin Yusuf : Judul “ <i>Media Lokal dalam Konstelasi Komunikasi Politik di Daerah</i> ”	Komunikasi Politik, Pemilu	Persamaan dalam penelitian ini adalah adanya segmentasi yang dilakukan oleh komunikator terhadap komunikan. Tertentu
Adhi Iman Sulaiman: Judul “ <i>Komunikasi Politik Dalam Demokratisasi</i> ”	Komunikasi Politik, Pemilu	Membahas hubungan dinamika politik yang berada diantara elit politik dengan rakyat. Serta hubungan kekuatan media massa dalam proses kampanye untuk mendongkrak

1	2	3
Eko Harry Susanto : Judul “ <i>Dinamika Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Umum</i> ”	Komunikasi Politik, Pemilu	Popularitas Peran komunikator politik dilakukan langsung oleh para aktor politik, dalam hal ini adalah para calon anggota legislatif, berbeda dengan penelitian ini dimana komunikator politik dilakukan oleh pihak lain kepada masyarakat
Faridhian Anshari : Judul “ <i>Komunikasi Politik Di Era Media Sosial</i> ”	Komunikasi Politik	Dalam penelitian tersebut mengemukakan peluang efektifitas komunikasi politik melalui media sosial sekaligus tantangan yang dihadapi oleh para aktor politik

