

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Politik

2.1.1 Pengertian Komunikasi Politik

Komunikasi politik menurut Mc Nair (2016) adalah suatu bentuk komunikasi yang dilakukan politisi untuk meraih tujuan tertentu. Mc Nair (2016) berpendapat bahwa komunikasi politik bukan hanya sebagai komunikasi dari aktor politik kepada pemilih dengan maksud untuk mencapai tujuan tertentu, tetapi juga ditujukan kepada para politisi dan pemilih kolomnis surat kabar, serta komunikasi tentang aktor politik dan aktivitas mereka. Sebagaimana terdapat dalam berita, editorial, dan bentuk diskusi politik media lainnya. Sedangkan menurut nimmo, komunikasi politik adalah proses komunikasi yang digunakan untuk mempengaruhi pengetahuan, kepercayaan-kepercayaan dan tindakan pulik terkait dengan persoalan-persoalan politik (Dan Nimmo, 2009).

Pengertian komunikasi politik menurut Miriam Budiardjo (dalam Sudioanto, 2006: 179) adalah "Komunikasi politik merupakan fungsi sosialisasi dan budaya politik. Komunikasi yang berjalan baik menjadi prasyarat sosialisasi politik untuk dapat berjalan dengan baik pula sehingga budaya dapat dilangsungkan dengan baik. Kemudian para ahli komunikasi mendefinisikan bahwa pengertian komunikasi bersumber dari gagasan komunikator yang ingin disampaikan pihak penerima dengan segala daya serta usaha bahkan tipu daya agar pihak penerima mampu untuk memahami serta menerima melalui pesan yang disampaikan (Tabroni, 2012: 4).

Para ilmuwan politik memandang bahwa sebenarnya politik memiliki komunikasi karena banyak definisi komunikasi yang telah terdona oleh politik terutama dikarenakan Komunikasi itu pada umumnya bertujuan untuk mempengaruhi. Sedangkan politik mencakup pengaruh sebagai konsep khusus dari kekuasaan sebagai sentral kajian politik (Fly Hunter, 2003). Kemudian menurut Harsono Suwardi komunikasi politik adalah setiap bentuk penyampaian pesan baik dalam bentuk lambang-lambang maupun dalam bentuk kata-kata tertulis atau terucap atau dalam sebuah isyarat yang mempengaruhi kedudukan seseorang yang ada dalam suatu struktur kekuasaan tertentu (Aryani, 2010: 16).

Komunikasi politik secara keseluruhan tidak bisa dipahami tanpa menghubungkannya dengan dimensi-dimensi politik serta dengan segala aspek dan problematikanya. Kesulitan dalam mendefinisikan komunikasi politik terutama dipengaruhi oleh keragaman sudut pandang terhadap kompleksitas realitas sehari-hari. Walaupun komunikasi dipahami secara sederhana sebagai “proses penyampaian pesan”, tetap saja akan muncul pertanyaan, apakah dengan demikian komunikasi politik berarti “proses penyampaian pesan-pesan politik.” Lalu apa yang disebut pesan-pesan politik itu?

Berkenaan dengan hal ini, sebelum memahami konsep dasar komunikasi politik, perlu terlebih dahulu ditelusuri pengertian politik paling tidak dalam konteks yang menjadi masalah penelitian ini. *Politics*, dalam bahasa Inggris, adalah sinonim dari kata politik atau ilmu politik dalam Bahasa Indonesia, Bahasa Yunani pun mengenal beberapa istilah yang terkait dengan kata politik, seperti *politics* (menyangkut warga negara), *polities* (seorang warga negara), *polis* (kota negara),

dan *politeia* (kewargaan).

Pengertian leksikal seperti ini mendorong lahirnya penafsiran politik sebagai tindakan-tindakan, termasuk tindakan komunikasi, atau relasi sosial dalam konteks bernegara atau dalam urusan publik. Penafsiran seperti ini selaras dengan konsepsi seorang antropolog semisal Smith yang menyatakan bahwa politik adalah serangkaian tindakan yang mengarahkan dan menata urusan-urusan publik (Nie dan Verb, 2005: 486).

Selain terdapat fungsi administratif pemerintahan, dalam sistem politik juga terjadi penggunaan kekuasaan (*power*) dan perebutan sumber-sumber kekuasaan. Smith sendiri memahami kekuasaan sebagai pengaruh atas pembuatan keputusan-keputusan dan kebijakan-kebijakan yang berlangsung secara terus menerus. Konsep lain yang berkaitan dengan politik adalah otoritas (*authority*), yaitu kekuasaan (formal) yang terlegitimasi.

Politik berasal dari kata "*polis*" yang berarti negara, kota, yaitu secara totalitas merupakan kesatuan antara negara (kota) dan masyarakatnya. Kata "*polis*" ini berkembang menjadi "*politics*" yang artinya kewarganegaraan. Dari kata "*politics*" menjadi "*politer*" yang berarti hak-hak kewarganegaraan (Sumarno, AP, 2009: 8).

Sebenarnya, antara komunikasi dengan politik merupakan kajian yang berbeda namun bisa dihubungkan. Dari segi politik memiliki ruang lingkup yang sangat luas dibandingkan dari segi komunikasi. Komunikasi lebih menitikberatkan ke suatu interaksi, sedangkan politik lebih menitikberatkan kepada kekuasaan.

Sehingga, masih banyak masyarakat yang menganggap bahwa komunikasi politik ini menimbulkan propaganda.

2.1.2 Bentuk dan Fungsi Komunikasi Politik

Beberapa bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh komunikator infrastruktur politik untuk mencapai tujuannya antara lain:

1) Retorika

Retorika berasal dari kata Yunani yang berarti seni berbicara. Hal ini sering digunakan dalam setiap perdebatan di ruang sidang pengadilan di mana tujuannya untuk saling mempengaruhi sehingga bersifat antarpersonal. Dan kemudian berkembang menjadi kegiatan komunikasi massa. Menurut Aristoteles, retorika terbagi menjadi 3 yaitu

a) Retorika diliberatif

Retorika diliberatif adalah retorika yang dirancang untuk mempengaruhi khalayak dengan kebijakan politik. Di mana tujuannya adalah mengarah pada keuntungan ataupun kerugian jika kebijakan tersebut dilaksanakan.

b) Retorika forensik

Retorika forensik adalah retorika yang berkaitan dengan keputusan pengadilan.

c) Retorika demonstratif

Retorika demonstratif adalah retorika yang disampaikan dengan mengembangkan suatu wacana sebagai penguji ataupun penghujat.

2) Agitasi politik

Menurut Harbert Blumer, Agitasi politik dilakukan yakni untuk membangkitkan rakyat dalam suatu pergerakan politik dengan menyampaikan secara lisan ataupun tulisan di mana guna untuk mempengaruhi serta membangkitkan emosi rakyat banyak.

3) Propaganda

Propaganda berasal dari kata propagari yang berarti menanamkan Tunas suatu tanaman yang pada awalnya sebagai bentuk kegiatan penyebaran agama Katolik politik ataupun kader-kader partai biasanya banyak melakukan ini di mana memberikan sugesti pada khalayak ramai serta mampu menciptakan suasana yang membuat khalayak terpengaruh dengan apa yang disampaikan

4) *Public relation* politik

Tujuan dari public relation politik adalah untuk menciptakan hubungan yang saling percaya yang harmonis, terbuka serta akomodatif antara politikus aktivis atau komunikator pada khalayak.

5) Kampanye politik

Kampanye memiliki ciri-ciri yang penting yaitu sumber yang melakukannya jelas waktu pelaksanaannya terikat serta dibatasi, sifat gagasannya terbuka untuk perdebatan masyarakat umum, tujuannya jelas, variatif serta spesifik, modus penerimaan sukarela dan bersifat mengajak, modus tindakan diatur kaidah dan kode etik serta mempertimbangkan kepentingan kedua belah pihak.

6) Lobi Politik

Lobi memiliki arti yaitu tempat para tamu untuk menunggu untuk berbincang-bincang, karena yang hadir adalah para politikus yang membicarakan tentang politik sehingga terjadi dialog secara informal namun penting. di mana akan menghasilkan suatu pemahaman- pemahaman serta kesepakatan kesepakatan bersama yang akan diperkuat melalui pembicaraan formal dalam rapat politik yang mengarah pada keputusan serta sikap politik tertentu.

7) Media massa

Menurut MC Luhan sebagai perluasan panca indra dan sebagai media pesan maka media massa sangatlah penting. Di dalam dunia politik hal ini ditujukan untuk mendapatkan suatu pengaruh kekuasaan, serta otoritas, dalam membentuk serta mengubah opini politik atau dukungan serta citra politik (Arifin, 2011: 65-66).

Fungsi komunikasi politik Menurut Mc Nair (2016), komunikasi politik memiliki lima fungsi dasar, diantaranya :

- 1) Memberikan informasi pada masyarakat mengenai apa yang terjadi di sekitarnya.
- 2) Pada masyarakat yang demokratis maka media politik memiliki fungsi sebagai saluran advokasi yang dapat membantu agar kebijakan dan program-program dari lembaga politik dapat disalurkan pada melalui media massa.
- 3) Mendidik masyarakat akan arti serta signifikansi fakta yang ada.
- 4) Sebagai sarana publikasi antara masyarakat pada pemerintah serta lembaga-lembaga politik.

- 5) Sebagai platform penyedia diri dalam menampung masalah-masalah politik sehingga dapat menjadi wacana dalam memberikan opini publik serta mengembalikan hasil opini itu pada masyarakat

2.1.3 Tujuan Komunikasi Politik

Tujuan komunikasi politik sangat terkait dengan pesan politik yang disampaikan komunikator politik. Sesuai dengan tujuan komunikasi, maka tujuan komunikasi politik itu adakalanya sekadar penyampaian informasi politik, pembentukan citra politik, pembentukan *public opinion* (pendapat umum) dan bisa pula menghandel pendapat atau tuduhan lawan politik. Selanjutnya komunikasi politik bertujuan menarik simpatik khalayak dalam rangka meningkatkan partisipasi politik saat menjelang pemilihan umum atau pemilihan kepala daerah (Ardial, 2010: 44).

Kaitannya dengan penelitian ini maka tujuan komunikasi politik dalam membangun kesadaran bela negara adalah untuk meningkatkan pemahaman, partisipasi, dan komitmen masyarakat terhadap nilai-nilai kebangsaan dan keutuhan negara. Komunikasi politik ini berperan sebagai sarana penyampaian pesan-pesan tentang pentingnya bela negara dalam menjaga kedaulatan dan ketahanan bangsa, khususnya di kalangan generasi muda (Mc Nair, 2016). Berikut beberapa tujuan utamanya:

1. Meningkatkan Pemahaman tentang Konsep Bela Negara

Melalui komunikasi politik, pemerintah atau kelompok tertentu dapat menyampaikan makna dan pentingnya bela negara, sehingga masyarakat,

khususnya generasi muda, memiliki pemahaman yang jelas tentang peran mereka dalam menjaga keamanan dan kedaulatan negara (Mc Nair, 2016).

2. Membangun Identitas dan Solidaritas Nasional

Komunikasi politik juga bertujuan membangun rasa kebersamaan dan solidaritas di antara warga negara, dengan menekankan pentingnya mempertahankan nilai-nilai kebangsaan, termasuk rasa cinta tanah air dan kebanggaan akan identitas nasional (Mc Nair, 2016).

3. Mendorong Partisipasi Aktif dalam Pertahanan Negara

Salah satu tujuan utamanya adalah mengajak masyarakat untuk berperan aktif dalam usaha bela negara, tidak hanya melalui jalur militer, tetapi juga dengan berkontribusi pada penguatan aspek sosial, ekonomi, dan budaya yang mendukung ketahanan nasional (Kantaprawira, 2004).

4. Menyebarluaskan Nilai-nilai Kebangsaan

Komunikasi politik digunakan untuk menyebarkan nilai-nilai seperti patriotisme, persatuan, dan kesatuan, yang penting dalam menghadapi tantangan globalisasi dan ancaman terhadap kedaulatan negara (Kantaprawira, 2004).

5. Membentuk Opini Publik yang Mendukung Bela Negara

Melalui strategi komunikasi yang tepat, aktor politik dapat memengaruhi opini publik agar mendukung kebijakan yang berkaitan dengan keamanan dan ketahanan negara, serta menumbuhkan sikap proaktif terhadap ancaman yang mungkin dihadapi bangsa (Effendy, 2009).

Dari uraian tersebut maka dapat disimpulkan komunikasi politik memiliki peran sentral dalam mengedukasi, membangun, dan memobilisasi kesadaran bela negara di berbagai kelompok masyarakat, khususnya generasi muda.

2.2 Unsur-Unsur dalam Komunikasi Politik

Unsur yang ada dalam komunikasi politik tidaklah berbeda dengan unsur-unsur komunikasi pada umumnya. Dimana secara pokok terdiri dari komunikator (penyampai pesan), *message* (pesan), komunikan (penerima pesan). Nimmo mengkaji komunikasi politik melibatkan unsur-unsur komunikator politik, pesan politik, media politik, khalayak politik, serta akibat-akibat komunikasi politik. Komunikasi politik merupakan pembicaraan politik yang melibatkan unsur-unsur komunikasi dengan akibat-akibat politik tertentu. (Dan Nimmo, 2009).

2.2.1 Komunikator

Komunikator dalam proses Komunikasi politik memainkan peran sebagai pembentuk opini publik. Sedangkan pesan adalah pembicaraan-pembicaraan sebagai proses negosiasi yang bertujuan membentuk pengertian bersama antara berbagai pihak tentang bagaimana sikap seharusnya yang harus diperankan setiap pihak dan bagaimana bertindak terhadap sesamanya. Dari sini, isi komunikasi politik seharusnya tidak hanya berkaitan dengan kekuasaan tetapi juga kemungkinan terjadinya konflik. Hal itu mengandung pengertian bahwa pesan politik dimungkinkan mengandung paradoks sebagai bentuk penyelesaian konflik.

Sedangkan media politik dalam proses komunikasi politik dapat dimanfaatkan sebagai sarana yang tidak hanya berhubungan dengan kepentingan juga mampu dimanfaatkan untuk berbicara kepada publik dengan sasaran tertentu.

Menurut Novel Ali (2009) hal mendasar menjadi pembahasan dalam komunikasi politik adalah akibat yang ditimbulkan oleh komunikasi politik. Akibat tersebut dapat berbentuk simpati, partisipasi tetapi juga dapat berwujud sinisme, antipati serta perlawanan politik. Dengan demikian komunikasi politik harus mampu menghasilkan pembentukan dan perubahan sikap positif tetapi dapat juga bermakna negatif bagi komunikator politiknya.

Sebagai *opinion leader*, komunikator politik memainkan peran sosial yang utama, terutama dalam proses opini publik. Halloran (2015), menempatkan komunikator politik dalam posisi utama dalam kegiatan komunikasi. Menurutnya proses komunikasi ditentukan oleh situasi sosial tempat dimana komunikasi bermula, berkembang dan berlangsung terus. Situasi ini mengharuskan keharmonisan hubungan antara komunikator dan komunikan dan menjadikan hubungan diantara keduanya sebagai bagian integral dari sistem sosial yang ada.

Selanjutnya, Dan Nimmo (2009), mengidentifikasi terhadap tiga kelompok yang dapat berperan sebagai komunikator politik. Ketiga kelompok itu adalah politikus, profesional dan aktivis. Sebagai komunikator politik, politikus dapat berperan sebagai wakil dari suatu kelompok, dengan sendirinya pesan-pesan politikus diarahkan untuk mencapai tujuan politik dari suatu kelompok. Di samping itu politikus juga dapat berperan sebagai ideologi dalam kegiatan komunikasi politik. Sebagai komunikator politik yang berkecenderungan sebagai ideolog, politikus mengusahakan tercapainya kebijakan yang berdampak luas, mengusahakan reformasi dan bahkan mendukung perubahan revolusioner.

Komunikator profesional dapat berfungsi sebagai manipulator dan makelar simbol yang menghubungkan pemimpin satu sama lain dengan para pengikut. Sebagai makelar simbol, profesional bertugas untuk menerjemahkan sikap, pengetahuan, dan minat suatu komunitas bahasa yang lain yang berbeda tetapi dapat dimengerti. Komunikator politik dari unsur profesional terdiri atas jurnalis dan promotor. Yang termasuk dalam kategori promotor diantaranya adalah makelar-makelar simbol.

Terdapat dua komunikator politik dari kalangan aktivis. Yang pertama adalah juru bicara bagi kepentingan yang terorganisasi. Komunikator dari kalangan ini tidak menjadikan komunikasi politik sebagai lapangan kerja. Tetapi komunikator cukup baik dalam komunikasi dan politik, dengan demikian dapat dikatakan sebagai semi profesional. Komunikator ini berbicara untuk kepentingan terorganisasi, juga mewakili tuntutan keanggotaan suatu organisasi serta melakukan tawar menawar politik. Sedangkan yang kedua adalah pemuka pendapat. Komunikator ini mempunyai peran untuk mempengaruhi keputusan orang lain dengan meyakinkan komunikan politik untuk mengikuti pilihannya atau sering dikatakan memberikan petunjuk kepada komunikan untuk membuat keputusan yang sama dengannya. Di samping itu pemuka pendapat juga berperan meneruskan informasi politik dari media berita kepada masyarakat umum.

Komunikator dalam komunikasi politik adalah pihak yang menyampaikan pesan politik kepada khalayak. Menurut Dan Nimmo (2009), komunikator politik tidak selalu berasal dari institusi formal pemerintahan seperti partai politik atau pejabat negara, tetapi juga dapat muncul dari kalangan non-pemerintah, termasuk

seniman, musisi, aktivis, bahkan selebritas, yang secara aktif menyampaikan pesan-pesan politik kepada publik. Dalam konteks ini, grup band *.Feast* dapat diposisikan sebagai komunikator politik non-pemerintah yang menggunakan musik sebagai medium penyampaian pesan sosial-politik. Brian McNair (2011) juga menegaskan bahwa aktor budaya populer memiliki kapasitas untuk memengaruhi opini publik dan menciptakan ruang diskusi politik, terutama di kalangan generasi muda. Melalui lirik, aksi panggung, dan interaksi media sosial, *.Feast* telah menjalankan peran komunikator politik dalam bentuk yang lebih inklusif dan kontemporer, menjangkau audiens luas di luar kanal-kanal politik formal.

2.2.2 Pesan

Teknik berkomunikasi adalah cara atau “seni” panyampaian suatu pesan yang dilakukan oleh komunikator sedemikian rupa sehingga menimbulkan dampak tertentu bagi komunikan. Pesan yang disampaikan komunikator adalah pernyataan sebagai panduan pemikiran dan perasaan, dapat berupa ide, informasi, keluhan, keyakinan, himbauan anjuran dan sebagainya. Sedangkan pesan dalam komunikasi politik dimaksudkan untuk mempengaruhi orang lain (Effendy, 2009).

Pesan dalam kegiatan komunikasi politik diklasifikasikan Nimmo menjadi tiga hal. Pertama adalah pembicaraan tentang kekuasaan yang dimaksudkan untuk mempengaruhi orang lain dengan janji dan ancaman. Pembicaraan kekuasaan adalah suatu usaha untuk mendapatkan kekuasaan dengan jalan menyampaikan pesan-pesan politik yang berisi janji-janji atau ancaman dalam suatu kegiatan komunikasi politik. Kedua, pembicaraan pengaruh. Pesan dalam komunikasi politik

dimaksudkan untuk mempengaruhi khalayak dengan berbagai cara antara lain: nasehat, dorongan, permintaan, dan peringatan (Dan Nimmo, 2009).

Tujuan dari pembicaraan pengaruh adalah berusaha memanipulasi persepsi atau pengharapan orang lain terhadap kemungkinan mendapat untung atau rugi. Dan ke tiga, pembicaraan autoritas. Pesan dari pembicaraan autoritas adalah memberi perintah. Pembicaraan ini mengharuskan munculnya rasa kepatuhan khalayak kepada para pemimpinnya. Dengan demikian sumber-sumber autoritas sangat berbeda-beda apabila khalayak mempunyai kapabilitas yang tinggi maka pesan akan lebih mudah diterima apabila disampaikan oleh komunikator yang mempunyai latar belakang sosial yang sejenis (Dan Nimmo, 2009).

2.2.3 Media

Komunikator mempunyai bentuk-bentuk simbolik dan kombinasinya dengan berbagai teknik dan media: secara lisan melalui perbincangan profesional, melalui catatan seperti koran dan majalah, dan teknik elektronik seperti radio atau televisi. Dilihat secara luas, saluran komunikasi terdiri atas lambang-lambang, kombinasinya, dan berbagai teknik secara media yang digunakan untuk berbicara dengan khalayak. Dengan demikian maka saluran komunikasi adalah sarana yang memudahkan penyampaian pesan. Maka saluran komunikasi lebih dari sekedar titik sambungan, tetapi terdiri atas pengertian bersama tentang siapa berbicara kepada siapa, dalam keadaan bagaimana serta sejauh mana dapat dipercaya (Dan Nimmo, 2009).

Dan Nimmo mengajukan tiga jenis media komunikasi yang digunakan dalam kegiatan komunikasi politik. Ketiga jenis media tersebut adalah: media

massa, media komunikasi inter personal dan media komunikasi organisasi. Ada dua bentuk saluran komunikasi massa, masing-masing berdasarkan tingkat langsungnya komunikasi satu kepada banyak. Bentuk yang pertama terdiri atas komunikasi tatap muka seperti bila seorang kandidat politik berbicara di depan rapat umum atau ketika seseorang berbicara di depan khalayak besar atau konferensi pers. Bentuk yang kedua terjadi jika ada perantara ditempatkan di antara komunikator dan khalayak. Di sini media, teknologi, sarana komunikasi lainnya turut serta. Batas media massa dari penjelasan bersifat longgar tidak hanya berhenti pada media elektronik dan cetak, tetapi juga media-media komunikasi yang berbentuk rapat-rapat besar dan pertemuan-pertemuan (Dan Nimmo, 2009).

Sedangkan media komunikasi inter personal merupakan bentuk hubungan satu kepada satu. Media (saluran) ini dapat berbentuk tatap muka maupun perantara. Sedangkan media komunikasi ketiga adalah komunikasi organisasi yang menggabungkan penyampaian satu kepada satu dan satu kepada banyak. Akan tetapi komunikasi politik satu kepada satu yang melibatkan organisasi jarang dilakukan. Oleh sebab itu saluran komunikasi satu kepada banyak dengan melalui perantara dijadikan alternatif sebagai media komunikasi organisasi. Bentuk dari komunikasi perantara ini adalah penyebaran pamflet dan tidak jarang yang sering terjadi di Indonesia adalah penyampaian pesan komunikasi politik melalui pembagian atribut seperti kaos-kaos maupun sembako kepada khalayak (Dan Nimmo, 2009).

2.2.4 Komunikan (Penerima Pesan)

Jalaluddin Rakhmat (2011) menjelaskan pengertian komunikan dengan sejumlah orang yang heterogen. Mereka menjadi khalayak komunikasi politik segera setelah mereka “mengkristal” menjadi opini publik. Arthur F. Bentley dalam bukunya *The Process of Government* sebagaimana dikutip Dan Nimmo (2009) memberikan pengertian yang mengarah pada pemahaman tentang khalayak sebagai bagian tertentu dari orang-orang dalam masyarakat yang diperlakukan tidak sebagai massa fisik yang terpisah dari masa yang lain, tetapi sebagai “kegiatan massa yang tidak menghalangi orang yang berpartisipasi di dalamnya untuk berpartisipasi juga dalam banyak kegiatan kelompok yang lain”.

Sedangkan Nimmo memberikan pengertian khalayak dengan sejumlah orang yang bertindak atau cenderung bertindak yaitu, dalam berbagai tahap tindakan. Bila didefinisikan sebagai suatu kegiatan, suatu kelompok terdiri atas orang-orang yang melakukan kegiatan yang dipersatukan tanpa menghiraukan apakah yang mendasari kegiatan itu berupa organisasi formal atau tidak formal. Artinya orang bergabung untuk bertindak dalam proses opini meskipun tidak diorganisasi secara formal membentuk kelompok atau opini publik (Dan Nimmo, 2009).

Komunikan dibagi atas khalayak yang terorganisir, tidak terorganisir dan khalayak umum (khalayak banyak) serta publik kepemimpinan. Khalayak terorganisasi terbagi dalam tiga kelompok, publik atentif, publik berpikiran isu dan publik ideologis. Publik atentif merupakan kumpulan warga negara yang dibedakan berdasarkan tingkatnya dalam keterlibatan politik, informasi, perhatian dan berpikiran kewarganegaraan. Publik atentif sering bermain sebagai pemuka pendapat, yakni orang-orang yang sering dimintai pendapatnya oleh warga negara

lain yang kurang informasi dan kurang keterlibatannya dalam politik. Publik atentif menempati posisi penting dalam proses opini karena mereka bertindak sebagai saluran komunikasi interpersonal dalam aliran pesan timbal balik antara pemimpin politik dan publik umum. Publik atentif juga bergabung dengan pemimpin politik sebagai pembawa konsensus dan sebagai perantara antara khalayak umum dengan pimpinan politik (Dan Nimmo, 2009).

Publik berpikiran isu adalah sekumpulan khalayak yang memusatkan perhatian pada suatu isu tertentu. Sekumpulan khalayak yang memusatkan perhatian pada isu yang sama kemudian membentuk publik khusus, publik yang pada akhirnya bisa–tetapi tidak perlu–mengatur diri menjadi kelompok formal. Sedangkan khalayak (*public*) ideologis adalah orang yang memiliki kepercayaan yang relatif tertutup, yang nilai-nilainya adalah suka dan tidak suka dipegang erat-erat. Sistem kepercayaan yang terdapat dalam publik ideologis konsisten secara internal. Mereka menganut kepercayaan dan atau nilai yang secara logis melekat, tidak berkontradiksi satu sama lain (Dan Nimmo, 2009).

2.2.5 Efek

Efek adalah dampak sebagai pengaruh dari pesan. Dalam komunikasi pemilihan umum dan pilkada, efek yang diharapkan dari kegiatan komunikasi politik adalah pemberian suara kepada partai atau calon yang diusungnya (Effendy, 2009). Sedangkan Efek komunikasi politik dalam membangun kesadaran bela negara memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku, sikap, dan pemahaman masyarakat, terutama generasi muda, mengenai pentingnya mempertahankan kedaulatan dan integritas bangsa.

Komunikasi politik yang efektif mampu meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang konsep bela negara. Informasi yang disampaikan melalui media massa, kampanye pemerintah, atau tokoh-tokoh politik dapat membuka wawasan publik mengenai pentingnya peran setiap individu dalam menjaga kedaulatan negara. Melalui komunikasi politik yang intens, pesan-pesan tentang pentingnya patriotisme, persatuan, dan cinta tanah air dapat menanamkan sikap nasionalisme. Media sosial, musik, dan seni sering digunakan untuk menyebarkan pesan-pesan bela negara, terutama kepada generasi muda. Salah satu efek positif komunikasi politik adalah kemampuan untuk memobilisasi partisipasi publik. Ketika pesan bela negara disampaikan secara efektif, masyarakat dapat terdorong untuk terlibat secara aktif, baik melalui kegiatan sukarela, pendidikan, atau tindakan nyata lainnya dalam mendukung pertahanan negara. (MC Nair, 2016).

2.3 Teori Bela Negara

2.3.1 Pengertian Bela Negara

Bela Negara dapat dikatakan sebagai tindakan individu sebagai yang didasari oleh kecintaan terhadap tanah air, sadar sebagai sebuah bangsa, tunduk kepada Pancasila, serta siap untuk berhadapan dengan ancaman, tantangan, hambatan, dan gangguan yang mengganggu kedaulatan bangsa dan masyarakat, Pancasila, dan UUD 1945 (Widodo, 2011). Sementara menurut Undang-Undang Nomor 56 Tahun 1999: Bela Negara merupakan sebuah perilaku atau sikap warga negara yang dilandasi oleh rasa cinta kepada Negara Kesatuan Republik Indonesia serta mengikuti Pancasila dan UUD 1945 untuk kehidupan bangsa dan negara.

Bela Negara adalah sikap dan perilaku warga negara yang dijiwai oleh kecintaannya kepada Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berdasarkan

Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 dalam menjalin kelangsungan hidup bangsa dan negara yang seutuhnya. Tiap-tiap warga negara berhak dan wajib ikut serta dalam usaha pembelaan negara dan syarat-syarat tentang pembelaan diatur dengan undang-undang. Kesadaran bela negara itu hakikatnya kesediaan berbakti pada negara dan kesediaan berkorban membela negara. Spektrum bela negara itu sangat luas, dari yang paling halus, hingga yang paling keras. Mulai dari hubungan baik sesama warga negara sampai bersama-sama menangkal ancaman nyata musuh bersenjata. Tercakup di dalamnya adalah bersikap dan berbuat yang terbaik bagi bangsa dan Negara. Di Indonesia proses pembelaan negara sudah diatur secara formal ke dalam Undang-undang. Diantaranya sudah disebutkan ke dalam Pancasila serta Undang-undang Dasar 1945, khususnya pasal 30. Didalam pasal tersebut, dijelaskan bahwa membela negara merupakan kewajiban seluruh rakyat Indonesia tanpa terkecuali (Hartinah & Nurcahya, 2019).

Dengan melaksanakan kewajiban bela negara tersebut, merupakan bukti dan proses bagi seluruh warga negara untuk menunjukkan kesediaan mereka dalam berbakti pada nusa dan bangsa, serta kesadaran untuk mengorbankan diri guna membela negara. Pemahaman bela negara itu sendiri demikian luas, mulai dari pemahaman yang halus hingga keras. Diantaranya dimulai dengan terbinanya hubungan baik antar sesama warga negara hingga proses kerjasama untuk menghadapi ancaman dari pihak asing secara nyata. Hal ini merupakan sebuah bukti adanya rasa nasionalisme yang diejawantahkan ke dalam sebuah sikap dan perilaku warga negara dalam posisinya sebagai warga negara. Didalam konsep pembelaan negara, terdapat falsafah mengenai cara bersikap dan bertindak yang

terbaik untuk negara dan bangsa (Hartinah & Nurcahya, 2019). Dari pemaparan di atas bisa disimpulkan bahwa pengertian konsep Bela Negara merupakan segala sesuatu berupa tindakan dan sikap yang dilaksanakan berdasarkan kecintaannya terhadap NKRI.

Bela negara bukan hanya tugas aparat keamanan negara seperti TNI, POLRI, namun tanggung jawab setiap warga negara termasuk generasi muda di era teknologi ini. Perspektif bela negara bukan hanya mengenai “angkat senjata” dan “pertempuran” namun berbagai ancaman secara nonfisik pun dapat dirasakan saat ini. Asep dkk (2020), menjelaskan ancaman terbesar bangsa ini adalah mengacu pada jati diri bangsa dengan merusak generasi muda saat ini melalui perkembangan teknologi yaitu masuknya narkoba, vidio porno, (HIV/AIDS), hoaks dan radikalisme serta terorisme. Dalam penelitian sebelumnya terhadap 20 responden yang terdiri dari mahasiswa serta masyarakat umum terdapat 94,7% mengetahui apa itu bela negara dan 5,3% kurang mengetahui apa itu bela negara. Dalam pengertian dan pemahaman responden ialah rasa cinta terhadap bangsa atau negara sendiri dan akan melindungi dari berbagai ancaman yang mengganggu keamanan negara. Bela negara dapat disebut sebagai sikap serta perilaku atau tindakan setiap warga negara yang dilakukan secara teratur, menyeluruh serta dijiwai oleh kecintaan kepada NKRI yang berdasarkan pada Pancasila dan UUD 1945 dalam menjamin kelangsungan hidup Bangsa dan Negara, bentuk dari sikap bela negara adalah rela berkorban demi bangsa dan negara, membela harga diri bangsa, menjaga eksistensi bangsa. Bela negara juga dapat dilakukan dengan cara belajar sungguh-

sungguh ataupun melalui kreativitas tertentu seperti menciptakan karya musik maupun menciptakan suatu film (Bagus, 2006).

2.3.2 Unsur Dasar Bela Negara

Didalam proses pembelaan bangsa, ada beberapa hal yang menjadi unsur penting, diantaranya adalah : cinta tanah air kesadaran berbangsa & bernegara yakin akan Pancasila sebagai ideologi negara rela berkorban untuk bangsa & negara memiliki kemampuan awal bela negara contoh-contoh bela negara : melestarikan budaya belajar dengan rajin bagi para pelajar taat akan hukum dan aturan-aturan Negara. Dari unsur yang ada tersebut, bisa disebutkan mengenai beberapa hal yang menjadi contoh proses pembelaan negara. Beberapa contoh tersebut diantaranya adalah: Kesadaran untuk melestarikan kekayaan budaya, terutama kebudayaan daerah yang beraneka ragam. Sehingga hal ini bisa mencegah adanya pengakuan dari negara lain yang menyebutkan kekayaan daerah Indonesia sebagai hasil kebudayaan asli mereka. Untuk para pelajar, bisa diwujudkan dengan sikap rajin belajar. Sehingga pada nantinya akan memunculkan sumber daya manusia yang cerdas serta mampu menyaring berbagai macam informasi yang berasal dari pihak asing (Hartinah & Nurcahya, 2019).

Dengan demikian, masyarakat tidak akan terpengaruh dengan adanya informasi yang menyesatkan dari budaya asing. Adanya kepatuhan dan ketaatan pada hukum yang berlaku. Hal ini sebagai perwujudan rasa cinta tanah air dan Bela Negara. Karena dengan taat pada hukum yang berlaku akan menciptakan keamanan dan ketentraman bagi lingkungan serta mewujudkan rasa keadilan di tengah masyarakat. Meninggalkan korupsi. Korupsi merupakan penyakit bangsa karena

merampas hak warga negara lain untuk mendapatkan kesejahteraan. Dengan meninggalkan korupsi, kita akan membantu masyarakat dan bangsa dalam meningkatkan kualitas kehidupan (Hartinah & Nurcahya, 2019).

2.4 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu diperlukan sebagai pembanding dalam penelitian ini. Peneliti mengambil referensi dari beberapa penelitian yang relevan. Dalam penelitian ini terdapat lima penelitian terdahulu yang dianalisis untuk menonjolkan posisi penelitian saat ini.

1. Penelitian oleh Aidil Isfa Azhari dan Nur Azizah (2021) dalam Jurnal *Communitarian* Vol.3, No.1, Agustus 2021 dengan judul "*Komunikasi Politik Aceh Rock Band Dalam Mempertahankan Eksistensinya Pasca Penandatanganan MOU Helsinki (Studi Tentang Lobby Politik Grup Musik Aceh Rock Band)*". Menunjukkan bahwa MOU Helsinki memberikan ruang bagi musisi Aceh untuk berkreasi tanpa hambatan DOM. Persamaan dengan penelitian ini adalah fokus pada komunikasi politik melalui musik. Namun, penelitian ini menekankan eksistensi band, sedangkan penelitian saat ini menyoroti musik sebagai alat komunikasi politik untuk menanamkan nilai patriotisme.
2. Penelitian oleh Faisal Muzzammil (2023) dalam : Jurnal Ilmu Komunikasi P- ISSN : 2477-5789, E-ISSN : 2502-0579 dengan judul "*Strategi Komunikasi Politik Melalui Theme Song Partai: Analisis Pada Lagu "Pan Pan Pan"*". Hasil penelitian menunjukkan Pertama, bentuk komunikasi politik pada lagu PAN termasuk pada teknik komunikasi politik berupa *bandwagon effect* yang

mempunyai tiga efek utama terhadap bagi khalayak, yaitu *conformity*, *interpersonal influence* dan status seeking. Kedua, pesan komunikasi politik pada lagu PAN secara teknis menggunakan model kampanye the *communicative function* model yang terdiri dari empat tahap, yaitu *surfacing*, *primary*, *nomination* dan *election*. Penelitian ini relevan karena mengkaji musik sebagai alat komunikasi politik. Namun, fokus penelitian saat ini berbeda dengan menekankan musik untuk membentuk identitas nasional dan menanamkan patriotisme.

3. Penelitian oleh Moh Ilham Fathurrozi, Edy Sudaryanto dan Beta Puspitaning Ayodya (2022) dalam RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi Vol. 02 No 01 dengan judul “*Komunikasi Interpersonal Tresno Riadi Dalam Grup Band Tipe-X (Studi Deskriptif Gaya Komunikasi Interpersonal Tresno Riadi)*”. Hasil penelitian menunjukkan Di bawah kepemimpinan Tresno yang mengembangkan gaya komunikasi langsung dan tidak langsung, Komunikasi langsung merupakan suatu proses komunikasi yang dilakukan secara langsung atau tatap muka, seperti halnya ketika Tresno Riadi berbicara dengan personil Tipe-x tanpa adanya perantara atau media komunikasi sebagai penghantar pesan atau informasi. Sedangkan komunikasi tidak langsung merupakan suatu proses komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan media perantara sebagai media komunikasi untuk menyampaikan pesan tertentu seperti halnya ketika Tresno Riadi memberikan aturan-aturan yang wajib ditaati oleh seluruh personil dari band Tipe-x. Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis ialah terletak pada fokusnya pada peran komunikasi dalam konteks dunia

musik. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis adalah terletak pada metodologi penelitian yang sebelumnya berfokus pada deskripsi gaya komunikasi interpersonal, sementara metodologi dalam penelitian sekarang lebih kompleks, melibatkan analisis simbolisme dan wacana dalam konteks politik

4. Penelitian oleh Ikhsan Fadillah (2022) dalam Jurnal Ilmu Politik Universitas Nasional dengan judul "*Musik Sebagai Media Komunikasi Politik Masyarakat Dalam Menyalurkan Kritik Sosial Dan Politik Terhadap Pemerintah (Analisis Semiotika Lirik Dalam Lagu Merah Karya Grup Band Efek Rumah Kaca)*". Hasil penelitian menunjukkan Lagu Merah milik grup band Efek Rumah Kaca dapat dijadikan sebagai salah satu media komunikasi politik yang digunakan masyarakat untuk menyampaikan opini dan kritik kepada pemerintah. Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis ialah terletak pada fokusnya pada penggunaan musik sebagai alat komunikasi politik. Persamaan selanjutnya terlihat dari adanya persamaan dalam mengkaji bahwa musik dapat berfungsi sebagai saluran yang kuat untuk mengekspresikan dan mempengaruhi pandangan politik dalam masyarakat. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis adalah terletak pada *gap theory* dimana penelitian sebelumnya lebih berfokus pada teori musik sebagai alat kritik dan protes sosial, sedangkan penelitian sekarang berfokus pada musik sebagai alat pendidikan dan pembentukan identitas nasional.
5. Penelitian oleh Septian Reva Cantona, Laila Kholid Alfirdaus (2022) dalam Jurnal Ilmu Politik Universitas Diponegoro Vol. 2 Tahun 2022 dengan judul

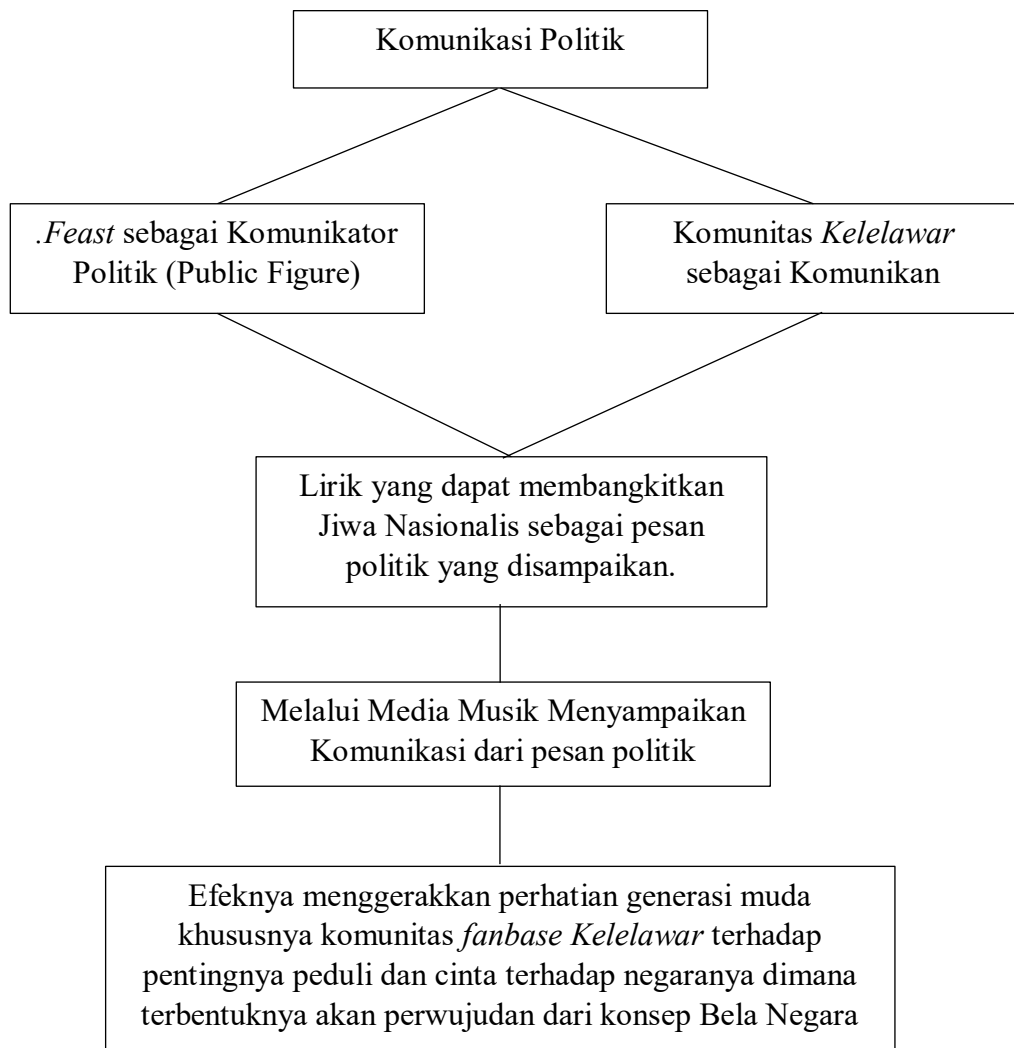
“Kritik Sosial Politik Dalam Musik: Studi Kasus Grup Musik Efek Rumah Kaca”. Hasil penelitian menunjukkan ERK terus mengedukasi masyarakat lewat kritik-kritik yang disampaikan dan mengajarkan untuk meningkatkan kesadaran politik dalam masyarakat luas agar tercipta Indonesia yang lebih demokratis. Fenomena bagaimana sebuah kebijakan yang dikeluarkan Pemerintah bisa berubah seiring waktu karena adanya tekanan dari masyarakat lewat Gerakan-gerakan yang diprakarsai oleh para musisi, yang kemudian menjadi gerakan nasional yang *massive* yang mengadvokasi suara rakyat. Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis ialah terletak pada fokusnya terhadap kritik sosial dan politik yang disampaikan melalui musik. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis adalah terletak pada *gap theory* dimana penelitian sebelumnya menekankan musik sebagai media kritik sosial dan politik, sementara penelitian sekarang menyoroti musik sebagai sarana pembentukan identitas nasional dan patriotisme.

Dari uraian diatas, posisi penelitian penelitian ini terletak pada pendekatannya yang menonjolkan musik sebagai alat komunikasi politik untuk menanamkan nilai patriotisme dan bela negara. Penelitian ini melengkapi studi sebelumnya dengan menghadirkan perspektif baru tentang musik sebagai media pendidikan nilai kebangsaan.

2.5 Kerangka Penelitian

Gambar 2.1

Kerangka Penelitian



Berdasarkan gambar kerangka pemikiran di atas, penelitian ini akan mengintegrasikan teori komunikasi politik dan teori proses politik dalam kehidupan bernegara dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Objek penelitian ini adalah pesan politik yang disampaikan oleh grup band *.Feast* sebagai komunikator politik, yang berperan dalam menyampaikan isu-isu sosial-politik kepada audiensnya.

Dalam hal ini, *.Feast* tidak hanya berperan sebagai penghibur, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang mengedukasi dan mengajak pendengarnya untuk lebih sadar terhadap berbagai permasalahan sosial, politik, dan lingkungan.

Berdasarkan perspektif Dan Nimmo (2009), komunikator politik tidak selalu berasal dari institusi formal seperti partai politik atau pejabat negara, tetapi juga dapat berasal dari kelompok non-pemerintah seperti musisi, seniman, atau aktivis yang menyuarakan kepentingan publik melalui media alternatif. Dalam hal ini, *.Feast* dapat dikategorikan sebagai komunikator politik non-pemerintah, yang secara aktif menyampaikan kritik sosial dan pesan kebangsaan melalui media musik. Teori ini relevan untuk menjelaskan bagaimana *.Feast*, sebagai aktor dari kalangan budaya populer, mampu memainkan peran penting dalam proses komunikasi politik kontemporer.

Sasaran dari pesan politik tersebut adalah komunitas *Kelelawar*, yang merupakan *fanbase* dari *.Feast*. Komunitas ini berfungsi sebagai penerima pesan politik yang disampaikan oleh grup band, dan kemudian menginternalisasi serta mengaplikasikan nilai-nilai yang terkandung dalam pesan-pesan tersebut. Komunitas *Kelelawar*, khususnya di berbagai wilayah di Indonesia, menunjukkan keterlibatan aktif dalam aksi-aksi sosial yang sejalan dengan nilai-nilai yang dipromosikan oleh *.Feast*. Melalui interaksi mereka dengan musik dan pesan-pesan sosial-politik yang disampaikan, komunitas ini turut berperan dalam mewujudkan bela negara dalam bentuk partisipasi sosial dan politik yang lebih aktif.

Menurut McNair (2011), komunikasi politik adalah proses di mana informasi politik diproduksi dan disebarluaskan oleh berbagai aktor politik, termasuk pemerintah, media, dan figur publik seperti artis atau musisi. Teori ini

relevan untuk menjelaskan peran grup band *.Feast* sebagai komunikator politik non-pemerintah yang menggunakan musik untuk menyampaikan pesan Nasionalis.

Bela negara, menurut UU No. 3 Tahun 2002, adalah sikap dan perilaku warga negara yang dijiwai oleh kecintaan terhadap NKRI berdasarkan Pancasila dan UUD 1945. Dalam konteks ini, *.Feast* memanfaatkan lirik dan musik mereka untuk menggerakkan generasi muda terhadap pentingnya bela negara melalui seni.

Sasaran dari pesan politik *.Feast* adalah generasi muda yang tergabung dalam komunitas *Kelelawar*, yang merupakan *fanbase* dari *.Feast*. Komunitas ini berfungsi sebagai penerima pesan politik yang disampaikan oleh grup band *.Feast*, dan kemudian menginternalisasi serta mengaplikasikan nilai-nilai yang terkandung dalam pesan-pesan tersebut. Komunitas *Kelelawar*, khususnya di berbagai wilayah di Indonesia, menunjukkan keterlibatan aktif dalam aksi-aksi sosial yang sejalan dengan nilai-nilai yang dipromosikan oleh *.Feast*. Melalui interaksi mereka dengan musik dan pesan-pesan sosial-politik yang disampaikan, komunitas ini turut berperan dalam mewujudkan bela negara dalam bentuk partisipasi sosial dan politik yang lebih aktif.