

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Komunikasi Politik

Komunikasi merupakan salah satu kegiatan yang paling mendasar dalam kehidupan manusia. Di mana manusia terbiasa berhubungan satu sama lain, sebab pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial yang selalu berinteraksi dan berkomunikasi. Kata komunikasi berasal dari bahasa latin, *communis*, yang berarti membuat atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar kata *communis* adalah *communico*, yang artinya berbagi. Dalam bahasa Inggris, komunikasi merupakan kata kerja (*verb*), *communicate*, yang berarti bertukar pikiran, untuk membuat tahu, untuk membuat sama, dan untuk mempunyai sebuah hubungan yang simpatik. Dengan demikian, ilmu komunikasi adalah ilmu yang mempelajari usaha penyampaian pesan antarmanusia (Komunikasi Politik, 2018).

Menurut Harold D. Laswell dalam (Syarbaini, et al., 2021) menyatakan bahwa komunikasi politik merupakan jawaban atas pertanyaan “*Who says What to Whom through Which channel and with What Effects?*”. Dalam hal ini menekankan bahwa komunikasi sebagai proses pemindahan pesan dari sumber kepada penerima melalui saluran tertentu. Dalam hal ini menganggap komunikasi sebagai sarana untuk memengaruhi sikap dan perilaku manusia.

Kemudian menurut Maswadi Rauf dalam (Apriliana, 2023) berpendapat bahwa komunikasi politik merupakan bagian objek dari kajian ilmu politik, karena pesan-pesan yang diungkapkan dalam proses komunikasi bercirikan politik yakni berkaitan dengan kekuasaan politik negara, pemerintahan dan juga

aktivitas komunikator dalam kedudukan sebagai pelaku kegiatan politik. Komunikasi politik dilihat dari dua dimensi, yaitu komunikasi politik sebagai kegiatan politik dan sebagai kegiatan ilmiah. Komunikasi sebagai kegiatan politik merupakan penyampaian pesan-pesan yang bercirikan politik oleh aktor-aktor politik kepada pihak lain. Kegiatan tersebut bersifat empiris karena dilakukan secara nyata dalam kehidupan sosial. Sementara itu, komunikasi politik sebagai kegiatan ilmiah melihat komunikasi politik merupakan salah satu kegiatan politik dalam sistem politik.

Sedangkan menurut Mueller dalam (Mahliana, 2019) mengatakan komunikasi politik didefinisikan 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.

Dari sana dapat disimpulkan bahwa komunikasi politik merupakan proses politik yang melibatkan siapa mendapatkan apa, kapan, dan bagaimana dengan media tertentu dan terjadi dalam suatu sistem politik antara sistem tersebut dengan lingkungannya.

Sebagai suatu bentuk kajian yang berhubungan dengan kegiatan berkomunikasi, beberapa ahli juga menjelaskan unsur-unsur komunikasi politik melalui beberapa sudut pandang yang berbeda-beda. Menurut Cangara dalam (Komunikasi Politik, 2016) menyebutkan unsur komunikasi politik meliputi:

1. Komunikator

Semua pihak atau sumber yang terlibat sebagai orang yang menyampaikan pesan. Pihak-pihak ini dapat berbentuk individu, kelompok, organisasi, lembaga, ataupun pemerintah.

2. Pesan

Pesan politik merupakan pernyataan yang disampaikan, baik tertulis maupun tidak, dalam bentuk simbol atau verbal yang mengandung unsur politik, misalnya pidato, UU, dll.

3. Saluran dan Media

Saluran atau media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Dapat terjadi dalam bentuk saluran antar pribadi, media kelompok, ada pula dalam bentuk media massa. Dalam saluran komunikasi juga terdapat saluran komunikasi kelompok, saluran komunikasi publik dan saluran komunikasi sosial.

4. Penerima Pesan

Pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Dengan kata lain semua lapisan masyarakat yang diharapkan memberikan respon terhadap pesan komunikasi politik.

5. Efek atau Pengaruh

Efek merupakan pengukur seberapa jauh pesan politik dapat diterima dan dipahami.

Komunikasi massa dapat terjadi dalam beberapa bentuk, diantaranya dalam bentuk komunikasi personal dan kelompok. Selain itu, komunikasi

politik juga dapat bersifat tatap muka atau melalui perantara media. Dalam hal ini media, teknologi, sarana, dan alat komunikasi lainnya turut serta. Sebagian informasi yang disampaikan oleh media massa akan melintasi garis-garis batas geografis dan kelas sosial. Dalam banyak hal media massa diakui sebagai saluran komunikasi politik yang berkemampuan menyampaikan lebih dari sekedar informasi politik. Artinya media massa dapat dibuktikan mempunyai efek politik dalam suatu kelangsungan sistem politik suatu masyarakat (Siagian, 2015).

Tujuan komunikasi politik menurut Tabroni dalam (Komunikasi Politik, 2018) memandang bahwa tujuan komunikasi politik sangat erat terkait dengan pesan politik yang disampaikan komunikator. Sesuai dengan tujuan komunikasi politik, tujuan komunikasi politik ada kalanya sekedar menyampaikan informasi politik, membentuk citra politik, membentuk opini publik, dan bisa juga mengatasi pendapat atau tuduhan lawan politik.

Komunikasi politik bertujuan menarik partisipasi politik sesuai dengan kepentingannya. Salah satu tujuan komunikasi politik adalah membentuk citra politik yang baik pada khalayak. Citra politik itu terbentuk berdasarkan informasi yang diterima, secara langsung maupun melalui media politik, termasuk media sosial dan media massa yang bekerja. Citra politik yang dapat dipahami sebagai gambaran seseorang tentang politik (kekuasaan, kewenangan, otoritas, kerja sama, konflik, dan konsensus) yang memiliki makna, kendatipun tidak selamanya sesuai dengan realitas politik sebenarnya. Citra politik tersusun melalui persepsi yang bermakna tentang gejala politik,

kemudian menyatakan makna tersebut dalam bentuk pendapat pribadi, yang selanjutnya dapat berkembang menjadi opini publik.

Damsar dalam (Komunikasi Politik, 2018) mengemukakan fungsi komunikasi politik, diantaranya adalah:

1. Fungsi Informasi

Fungsi informasi, yaitu penyampaian pesan-pesan berkaitan dengan politik seperti visi, misi, tujuan, sasaran, atau arah kebijakan aktor politik. Fungsi informasi ini, komunikasi politik ditujukan kepada target sasaran, dalam hal ini penerima, dengan maksud agar penerima memperoleh pengetahuan dan pengenalan tentang sesuatu yang dikomunikasikan. Pada sisi ini, komunikasi politik lebih ditujukan pada aspek kognitif dari para penerima. Seperti, ketika diseminasi visi-misi, tujuan, sasaran, atau kebijakan dari aktor politik pada suatu acara komunikasi politik, maka tujuan kegiatan tersebut adalah agar para peserta acara memperoleh pengetahuan tentang visi-misi, tujuan, sasaran, atau arah kebijakan dari aktor politik.

2. Fungsi Pendidikan

Melalui komunikasi politik transmisi pendidikan politik dari aktor politik diharapkan bisa terjadi. Isi pendidikan politik yang dikomunikasikan dalam kehidupan politik, seperti: ideologi (negara, partai politik, gerakan sosial, dan sebagainya), nilai (kebangsaan, patriotisme, demokrasi, kebebasan, dan lain-lain), praksis (visi-misi, tujuan sasaran, program, dan strategi partai politik atau aktor politik), atau keterampilan (pidato, lobi, resolusi konflik, dan lain-lain). Tidak hanya aspek kognitif, fungsi pendidikan dari

suatu komunikasi politik ditujukan dan berkaitan dengan aspek motoriknya. Seperti, pelatihan kader yang dijalankan partai politik, pelatihan kepemimpinan, bela negara, dan lainnya yang merupakan kegiatan komunikasi politik yang dijalankan oleh pemerintah yang berfungsi sebagai pendidikan politik bagi pesertanya.

3. Fungsi Instruksi

Fungsi instruksi merupakan fungsi komunikasi politik yang berkaitan dengan pemberian perintah berupa kewajiban, larangan, atau anjuran. Perintah kewajiban berhubungan sesuatu yang mau atau tidak mau, suka atau tidak suka, sukarela atau terpaksa harus dilaksanakan atau dilakukan. Sedangkan instruksi larangan merupakan suatu perintah yang harus dilakukan dalam kondisi apapun juga. Sedangkan instruksi anjuran merupakan suatu perintah untuk melakukan atau menghindari sesuatu secara sukarela.

4. Fungsi Persuasi

Fungsi persuasi adalah komunikasi politik yang berhubungan dengan kemampuan memengaruhi orang lain sehingga melakukan, melaksanakan, atau mengubah sesuatu seperti yang diharapkan oleh pemberi pesan (pengirim atau sumber). Penerima pesan tentu melakukan, melaksanakan atau mengubah sesuatu berkaitan dengan aspek kognisi, afeksi, dan sikap serta perilaku. Persuasi politik dapat ditujukan bagi penerima pesan yang berorientasi rasional instrumental dan rasional nilai, yang mana tawaran itu dapat menjadi pemikat untuk melaksanakan seperti diharapkan oleh

pemberi pesan. Selain itu, persuasi politik bisa juga dilakukan melalui sentuhan emosional penerima pesan seperti melalui cinta, kasih, atau perhatian. Ini tentu dapat masuk dalam relung emosional dari penerima pesan yang berorientasi pada tindakan afeksional. Di samping itu, persuasi juga dilakukan oleh pemberi pesan melalui sentuhan yang berhubungan dengan tradisi, seperti perlunya menjaga budaya, adat atau tradisi yang luhur. Hal tersebut dapat terjadi apabila penerima pesan berorientasi pada tindakan tradisional.

5. Fungsi Hiburan

Fungsi hiburan merupakan fungsi komunikasi politik yang menyampaikan pesan-pesan hiburan di antara berbagai rangkaian isi pesan yang dikomunikasikan. Dalam rangka rapat atau pertemuan politik misalnya, terdapat acara hiburannya seperti lawak, band, nasyid, dan lainnya.

Brian McNair dalam (Pengantar Komunikasi Politik, 2015) mengemukakan fungsi media komunikasi politik yaitu:

1. Menyampaikan warga akan hal-hal yang sedang terjadi di sekitar mereka.
Dikenal juga dengan istilah fungsi media sebagai *surveillance* atau *monitoring*.
2. Mengedukasi masyarakat mengenal arti dan betapa pentingnya fakta-fakta.
3. Menyediakan suatu “panggung” untuk pidato politik publik dan memfasilitasi pembentukan dari opini publik, menyalurkan opini tersebut kembali kepada publik ketika opini tersebut muncul.
4. Memberikan publisitas kepada institusi-institusi pemerintah dan politik.

5. Menjadi sarana untuk berperan sebagai advokat untuk memengaruhi massa dengan sudut pandang dan opini politik.

Dari fungsi tersebut tentunya memuat tujuan dari komunikasi itu sendiri dimana media sebagai perantara pesan politik yang disampaikan dapat memengaruhi massa dengan sudut pandang terkait opini publik.

2.2 Politik Lokal Tasikmalaya

Politik lokal merupakan arena interaksi kekuasaan yang berlangsung dalam lingkup pemerintahan daerah, dimana aktor-aktor politik berupaya merebut, mempertahankan, dan mengelola kekuasaan dengan merespon realitas sosial dan budaya setempat. Dalam konteks ini, Tasikmalaya sebagai salah satu kota di Jawa Barat memiliki karakteristik politik lokal yang unik. Dinamika politiknya kerap dipengaruhi oleh faktor historis, kultural, serta relasi antara elit politik, birokrasi, dan masyarakat sipil. Perubahan kepemimpinan yang terjadi akibat berakhirnya masa jabatan Wali Kota definitif dan pengangkatan Penjabat (PJ) Wali Kota menjadi salah satu momen penting dalam lanskap politik lokal yang sarat muatan simbolik dan strategi komunikasi politik.

Secara konseptual, politik lokal Tasikmalaya dapat dianalisis melalui pendekatan Teori Komunikasi Politik, yang merupakan proses bagaimana pesan-pesan politik dikonstruksikan, disebarluaskan, dan diterima dalam konteks interaksi antara aktor politik dan masyarakat dengan tujuan memengaruhi persepsi serta tindakan publik (Hikmat, 2019). Teori ini juga menekankan pentingnya hubungan antara elit lokal dan masyarakat dalam membentuk legitimasi kekuasaan. Dalam konteks pemerintahan Penjabat (PJ) Wali Kota

yang tidak lahir dari proses elektoral langsung, maka kebutuhan akan komunikasi yang strategis menjadi krusial untuk membangun kepercayaan publik serta memastikan keberlanjutan program-program pemerintahan. Di sinilah *Calendar of Event* atau rangkaian kegiatan yang diselenggarakan oleh pemerintah kota berfungsi bukan sekadar sebagai agenda wisata atau promosi budaya, melainkan sebagai medium simbolik yang sarat makna politik.

Tasikmalaya dikenal dengan kekuatan identitas kultural dan religius yang kuat yang turut membentuk arah dan pola komunikasi politik di daerah ini. Figur-figur publik di wilayah ini kerap menyesuaikan narasi politiknya dengan nilai-nilai religius dan tradisional demi wahana untuk membangun citra, menjalin kedekatan emosional, serta memperkuat legitimasi politik Penjabat (PJ) Wali Kota. Pendekatan tersebut selaras dengan Teori Simbolik Politik yang sebagaimana dijelaskan oleh Edelman (1964) yang dikutip dalam Rumatulur (2024) menyoroti bagaimana simbol, ritus, dan representasi visual digunakan untuk menciptakan kesan kepemimpinan yang kuat dan membumi di tengah masyarakat.

Selain itu, pendekatan Teori Institusionalisme Baru (*new institutionalism*) juga relevan untuk membaca dinamika politik lokal Tasikmalaya. Menurut March & Olsen (1984) yang dikutip dalam Yusup (2016) teori ini menekankan bagaimana institusi-institusi lokal, baik formal maupun informal, membentuk perilaku politik aktor-aktornya melalui norma, kebiasaan, dan struktur yang telah mengakar. Dalam hal ini, penyelenggaraan *Calendar of Event* bukan hanya bentuk kinerja administratif, tetapi juga upaya institusionalisasi strategi

komunikasi politik oleh aktor sementara seperti penjabat (PJ) Wali Kota. Ia memanfaatkan ruang-ruang kultural yang telah ada untuk menanamkan pesan-pesan pemerintahan, memperkuat citra kepemimpinan, dan menggalang dukungan publik dalam konteks non-elektoral.

Dengan demikian, studi politik lokal Tasikmalaya membuka ruang bagi pemahaman yang lebih dalam mengenai bagaimana aktor politik lokal memanfaatkan medium-medium budaya, simbolik, dan institusional untuk melakukan komunikasi politik yang efektif dalam situasi transisi dan tanpa legitimasi elektoral langsung. Hal ini memperkuat pentingnya memahami konteks lokal dalam menerapkan teori-teori politik agar analisis menjadi lebih relevan dan aplikatif.

Keterhubungan Penjabat (PJ) Wali Kota Tasikmalaya sebagai komunikator dalam komunikasi politik di aras lokal ialah mewakili Pemerintah Kota Tasikmalaya, yang mana hal tersebut merupakan wajah dan suara pemerintahan daerah. Itu menjadi sebuah unsur dalam menyampaikan pesan-pesan politik, kebijakan, dan program pemerintah kepada masyarakat. Sebagai pimpinan politik di aras lokal, Penjabat (PJ) Wali Kota Tasikmalaya mempunyai otoritas dan legitimasi dalam menyampaikan pesan-pesan, visi dan agenda politik. Ini melibatkan komunikasi yang persuasif dan inspiratif terkait tujuan-tujuan pemerintah daerah serta cara-cara untuk mencapainya.

Dengan menggunakan media komunikasi massa *event* wisata melalui *Calendar of Event in Tasikmalaya (COET)* dalam komunikasi politik yang dibawakan Penjabat (PJ) Wali Kota Tasikmalaya, memungkinkan pemerintah

membangun dukungan publik untuk agenda-agenda politiknya. Selain itu, berinteraksi dengan masyarakat, ini termasuk mendengarkan aspirasi warga, menjawab pertanyaan dan kekhawatiran mereka, serta menjelaskan kebijakan dan program pemerintah yang mana hal-hal tersebut untuk membangun kepercayaan dan legitimasi.

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah riset yang telah dilaksanakan serta memperoleh hasil, dan kesimpulan penelitian, riset terdahulu dalam penelitian ini dijadikan sebagai pijakan dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu yang mempunyai topik dan pembahasan penelitian yang sama namun dengan objek yang berbeda. Manfaat dari penelitian terdahulu adalah untuk mengetahui bagaimana hasil yang sudah didapatkan oleh peneliti sebelumnya.

Penelitian sebelumnya yang dijadikan bahan referensi oleh penulis dalam penelitian ini, yaitu:

1. Jurnal Pengabdian Masyarakat, Farah Dalilah Balqis, Hanifah Fitri, Walid Afalah Sinaga, Ahmad Sampurna (2024) Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Jurnal Pegguruang: Conference Series, Munawi Gay, Muhammad Abid, Ainum Handayani (2024) Universitas Al Asyariah Mandar.
3. Jurnal Al-Khitabah, Haidir Fitra Siagian (2015) Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode dan Hasil Penelitian
Farah Dalilah Balqis, Hanifah Fitri, Walid Afalah Sinaga, Ahmad Sampurna	Analisis Strategi Komunikasi Politik untuk Membangun Citra Politik (2024)	<p>Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menganalisis strategi komunikasi politik yang digunakan dalam membangun citra politik. Hasil penelitian ini adalah menyoroti pentingnya pesan konsisten dan terukur, penggunaan media sosial sebagai alat utama dalam menyampaikan pesan politik, serta peran strategis narasi dalam memengaruhi opini publik. Identifikasi target audiens yang tepat dan adaptasi pesan sesuai dengan kebutuhan mereka juga merupakan elemen kunci dari strategi komunikasi politik yang sukses. Implikasi temuan ini dapat membantu para pengambil keputusan politik dan praktisi komunikasi untuk lebih efektif dalam membangun dan memelihara citra politik yang diinginkan.</p>

		Pengembangan strategi komunikasi politik yang lebih holistik dan berkelanjutan dapat membantu meningkatkan kualitas dialog politik, memperkuat partisipasi publik, dan memperkuat pondasi demokrasi secara keseluruhan.
Perbedaan, yang menjadi pembeda utama dengan penelitian terdahulu ialah dapat terlihat dari objek penelitian, fokus penelitian, dan juga lokasi penelitian yang berbeda.		
Munawi Gay, Muhammad Abid, Ainum Handayani	Strategi Komunikasi Politik Dalam Membangun Citra Aktor Politik di Kabupaten Polewali Mandar (2024)	Jurnal ini membahas membangun citra aktor politik yang merupakan aspek penting dalam strategi komunikasi politik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan data yang diperoleh dari data primer hasil wawancara dan data sekunder yang diperoleh melalui kajian literatur pustaka dan analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aktor politik berhasil membangun citra positif dengan fokus kepada infrastruktur, pendidikan, keagamaan, pemberdayaan perempuan, dan ekonomi lokal. Mereka menggunakan strategi

		komunikasi dengan menggabungkan media tradisional seperti baliho dan pertemuan tatap muka, dengan media digital seperti media sosial, seminar, dan <i>workshop</i> . Pendekatan ini tidak hanya efisien dalam menyampaikan pesan politik, tetapi juga membangun interaksi dua arah yang kuat dengan masyarakat juga menargetkan semua lapisan masyarakat dan memahami secara mendalam preferensi politik setiap kelompok.
Perbedaan, yang menjadi pembeda utama dengan penelitian ini ialah dapat terlihat dari objek penelitian, fokus penelitian, tahun dan juga lokasi penelitian yang berbeda.		
Haidir Fitra Siagian	Pengaruh dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial sebagai Saluran Komunikasi Politik Dalam Membentuk Opini Publik (2015)	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Studi ini berfokus pada saluran komunikasi sebagai sesuatu yang penting dalam konteks komunikasi politik. Saluran komunikasi politik dinilai memiliki kekuatan memberikan pengaruh dan menentukan perilaku politik, juga berperan dalam pembentukan opini publik. Jurnal ini

		juga membahas saluran komunikasi yang berguna untuk menyampaikan substansi pesan-pesan politik yang lebih cepat dan mudah dicerna oleh khalayak. Pada akhirnya, melalui penyampaian pesan-pesan politik yang tepat dan dilakukan secara efektif akan mampu menarik simpati masyarakat sehingga mereka akan menerima maksud yang diinginkan oleh komunikator politik.
Perbedaan, yang menjadi pembeda utama dengan penelitian terdahulu ialah dapat terlihat dari fokus penelitian, dan juga lokasi penelitian yang berbeda.		

2.4 Kerangka Pemikiran

Pemerintah dalam hal ini Penjabat (PJ) Wali Kota sebagai pimpinan politik yang mempunyai kewenangan mengenai program bertindak sebagai komunikator politik di aras lokal memiliki peran penting dalam konteks komunikasi politik. Interaksi yang dilakukan pemerintah dalam rangka memfasilitasi pemahaman, keterlibatan publik, serta partisipasi politik ini dilakukan melalui *Calendar of Event. Calendar of Event in Tasikmalaya (COET)* sebagai media komunikasi politik dibawakan oleh Penjabat (PJ) Wali Kota mempunyai muatan politik dalam ruang lingkup komunikasi politik kepada masyarakat.

Untuk mendukung hasil ataupun capaian komunikasi politik Penjabat (PJ) Wali Kota melalui *Calendar of Event* secara optimal, penelitian ini

menggunakan Teori Komunikasi Politik Harold D. Lasswell. Dengan memahami hal tersebut, ini memuat bagaimana seorang komunikator politik menyampaikan pesan politiknya melalui media tertentu kepada sasarannya dengan efek atau hasil tertentu dari proses komunikasi politik.

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

