

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Politik

2.1.1 Pengertian Komunikasi Politik

Berbicara mengenai komunikasi politik, mengandung artian yang luas karena perlu memahami dua konsep yang berbeda yaitu konsep komunikasi dan konsep politik. Dua kata yang sangat menarik untuk dibahas akan tetapi sulit untuk dipahami. Istilah “Komunikasi” berasal dari bahasa Latin, *communication*, yang berarti ‘tindakan atau proses’. Dalam definisi umumnya Komunikasi yaitu proses pertukaran pikiran dan perasaan melalui lambang-lambang (kata-kata, nada, gambar, aksi, dan sejenisnya) diintegrasikan dengan unsur dasar komunikasi yaitu percakapan dan pertukaran pesan bahasa. Sederhananya perlu satu makna yang sama rujukan antara komunikator, yaitu individu yang mentransmisikan pesan dengan komunikan, yang menerima informasi dari komunikator. Proses komunikasi kita dapat memahami maknanya ialah transfer informasi atau pesan dari pengirim pesan serta komunikator menuju penerimanya juga komunikan. Dari pernyataan di atas, proses komunikasi pada dasarnya tentang pencapaian terhadap saling pengertian (Pureklolon, 2016).

Namun, menurut Pureklolon (Pureklolon, 2016), istilah "politik" berasal dari bahasa Yunani, politeia (polis), yang berarti kesatuan masyarakat, seperti Negara dan teia, yang berarti "urusan". Jadi, menurut Deliar Noer, politik adalah semua tindakan atau sikap yang berkaitan dengan kekuasaan

dan bertujuan untuk mempengaruhi atau mempertahankan suatu bentuk susunan rakyat dengan cara apa pun. Menurut definisi tersebut, hakikat politik mencakup aktivitas dan perilaku manusia yang berusaha mempengaruhi atau mempertahankan tatanan kelompok masyarakat dengan menggunakan kekuasaan. Ini menunjukkan bahwa kekuasaan bukanlah dasar dari politik. Namun, politik memerlukan kekuasaan supaya kebijaksanaan dapat berpengaruh pada kehidupan masyarakat (Nambo, 2005). Menurut Maswadi Rauf (Pureklolon, 2016), seorang ahli politik, komunikasi politik adalah topik studi ilmu politik karena pesan yang dikomunikasikan selama proses komunikasi bersifat politik, yaitu terkait dengan penggunaan kekuasaan politik negara dan pemerintahan serta kegiatan komunikator dalam posisi mereka sebagai pelaku aktivitas politik. Komunikasi politik memiliki dua aspek: aktivitas politik dan aktivitas ilmiah. Komunikasi politik didefinisikan sebagai aktivitas politik yang melibatkan menyampaikan pesan politik kepada aktor politik yang berbeda. Karena dilakukan secara nyata, komunikasi politik dianggap sebagai aktivitas ilmiah.

Komunikasi politik berbeda dari politik komunikasi karena cara kata-kata digunakan berbeda. Politik dapat didefinisikan sebagai pesan yang dikomunikasikan tentang hal-hal seperti kekuasaan, pengaruh, kewenangan, nilai, ideologi, kebijakan umum, dan pembagian kekuasaan. Komunikasi politik biasanya dilakukan dari pengirim (komunikator politik) ke penerima (komunikan), masyarakat, atau khalayak politik. Namun, "politik komunikasi" adalah proses mempelajari komunikasi dari sudut pandang

politik, seperti setiap peristiwa yang melibatkan komunikasi politik, seperti pertemuan non-formal antara pemimpin partai politik, diskusi di sidang komisi DPR, dan sebagainya (Shahreza, 2018).

2.1.2 Fungsi Komunikasi Politik

Komunikasi politik menurut McNair (Pureklolon, 2016) memiliki fungsi dasar, yaitu:

- a) Menyampaikan informasi kepada masyarakat mengenai apa yang terjadi di lingkungan masyarakat. Disini media komunikasi mempunyai kegunaan pengamatan dan kegunaan monitoring yang digunakan untuk mengetahui yang sebenarnya sedang terjadi didalam masyarakat. Dengan adanya beberapa kunjungan kepada masyarakat dalam acara seperti silaturahmi memberikan informasi sekaligus memperkenalkan diri terhadap masyarakat mengenai dirinya, latarbelakang kehidupannya serta visi misi yang akan dijalankannya.
- b) Memberi tahu masyarakat tentang arti dan pentingnya fakta yang ada. Para jurnalis diharapkan dapat melihat fakta-fakta ini sehingga mereka dapat berusaha membuat liputan yang objektif, yang berarti mereka dapat mengajarkan masyarakat umum tentang fakta-fakta tersebut. Dalam beberapa kunjungan atau kampanyenya terhdap masyarakat selalu memberikan edukasi penting mengenai pemilu, seperti tidakan untuk tidak melakukan golput atau yang lainnya.

- c) Menempatkan diri sebagai tempat untuk menampung masalah politik sehingga dapat menjadi wacana yang membentuk pendapat publik dan mengembalikan pendapat tersebut kepada masyarakat. Oleh karena itu, media memiliki arti dan nilai dalam upaya penegakan demokrasi. Dengan cara demikian, media bisa memberi arti dan nilai pada usaha penegakan demokrasi. Hadirnya seorang tokoh politik secara langsung dilapangan bertujuan untuk menampung dan menanggapi secara langsung keluhan atau bahkan pertanyaan-pertanyaan yang masih menjadi sesuatu yang menggajal pada diri tiap orang mengenai seorang pemimpin.
- d) Membuat tulisan yang ditujukan kepada lembaga politik dan pemerintah. Dalam situasi seperti ini, media dapat bertindak sebagai anjing penjaga, atau watchdog, dengan membantu membangun pemerintahan yang baik yang transparan dan akuntabel.
- e) Media politik berfungsi sebagai saluran pembela dalam masyarakat demokratis, membantu kebijakan dan program institusi politik untuk disampaikan kepada media massa

2.1.3 Bentuk- Bentuk Komunikasi Politik

Secara Jenis komunikasi politik yang ditawarkan oleh para ahli biasanya hampir sama, meskipun sebagian besar sama: Komunikator infrastruktur politik melakukan beberapa jenis komunikasi politik untuk mencapai tujuan politiknya (Arifin, 2011):

a. Retorika

Retorika, yang berasal dari bahasa Yunani "seni berbicara", awalnya digunakan dalam perdebatan di ruang sidang pengadilan untuk saling mempengaruhi, menjadi kegiatan antar individu. Kemudian berkembang menjadi komunikasi massa, yaitu berpidato kepada orang banyak. Aristoteles mengatakan bahwa ada tiga jenis retorika yaitu:

- 1) Retorika diliberatif, adalah jenis retorika yang digunakan untuk mempengaruhi khalayak yang terlibat dalam kebijakan pemerintah dengan berfokus pada keuntungan atau kerugian dari penentuan kebijakan.
- 2) Retorika forensik, atau teori yang berhubungan dengan keputusan pengadilan.,
- 3) Retorika demonstratif, adalah retorika yang mengembangkan wacana yang dapat menimbulkan pujian atau hujatan.

b. Agitasi Politik

Agitasi politik, menurut Halbert Blumer, dilakukan untuk mendorong rakyat untuk berpartisipasi dalam pergerakan politik dengan menyampaikan pesan secara lisan atau tulisan dengan tujuan mempengaruhi dan menimbulkan emosi masyarakat.

c. Propaganda

Dalam bahasa Latin kontemporer, "propagare" berarti "mengembangkan" atau "memekarkan". Untuk meningkatkan keimanan kristiani di antara bangsa-bangsa, Paus Gregorius XV membentuk komisi cardinal yang disebut Congregation de Propaganda Fide pada tahun 1822. Propagandais adalah orang yang melakukan propaganda. Propagandis ini dapat mencapai khalayak yang lebih besar. Mereka biasanya dilakukan oleh politikus atau kader partai politik yang pandai memberi saran kepada khalayak dan membuat kelompok yang mudah terpengaruh.

d. *Public Relations Politik*

Setelah Perang Dunia II, jenis komunikasi politik ini muncul di Amerika Serikat sebagai cara alternatif untuk mengimbangi propaganda yang dianggap mengganggu kehidupan sosial dan politik. Public Relations Politik bertujuan untuk membangun hubungan yang percaya, adil, terbuka, atau akomodatif antara politikus, aktivis, atau profesional (komunikator) dan khalayak (kader, simpatisan, masyarakat umum).

e. Kampanye Politik

Kampanye politik adalah komunikasi politik yang dilakukan oleh orang atau kelompok (organisasi) pada waktu tertentu untuk mendapatkan dan memperkuat dukungan politik dari rakyat atau pemilih. Kampanye politik dan propaganda berbeda. Kampanye

politik memiliki beberapa karakteristik. Sumbernya jelas, waktunya dibatasi, gagasan terbuka untuk diskusi, tujuannya tegas, variatif, dan spesifik. Tujuannya jelas, spesifik, dan tegas. Penerimaan dan persuasi pesan sukarela diatur oleh kode etik dan kepentingan kedua belah pihak.

f. Lobi Politik

Lobi berarti tempat para tamu menunggu dan berbincang-bincang karena para politisi yang hadir berbicara tentang politik. Ini memungkinkan diskusi informal tetapi penting yang menghasilkan kesepakatan bersama yang akan diperkuat melalui pembicaraan formal yang menghasilkan keputusan politik tertentu.

g. Menggunakan Media Massa

Teori perluasan panca indra manusia (sense extention theory) dan media pesan (the medium in the message) disebutkan oleh McLuhan. Dalam hal ini, pesan politik digunakan untuk memperoleh otoritas, mendapatkan pengaruh, membentuk opini publik, mendapatkan dukungan, dan mengubah citra politik untuk khalayak yang lebih besar yang tidak dapat dicapai oleh jenis komunikasi lainnya.

2.1.4 Teori Komunikasi Politik

Berikut teori-teori dasar dari aplikasi komunikasi politik (Arifin, 2011) adalah:

1) Teori khalayak kepala batu

Teori ini mengkaji bagaimana orang dapat menerima pesan komunikasi. Ellihucu mengembangkan teori ini dan model ini dibangun atas asumsi bahwa manusia adalah makhluk rasional dan sangat aktif dan selektif terhadap pengaruh luar.

2) Teori empati dan teori hemofili

Everett M. Rogers dan F. Shoemaker memperkenalkan teori hemofili, sedangkan Berlo dan Daniel Leaner mengembangkan teori empati. Adanya empati dan hemofili akan menghasilkan suatu bentuk keakraban dan intim yang memungkinkan komunikasi politik berjalan secara interaksional. Dalam komunikasi politik yang bersifat dialogis, kata "kita" adalah yang paling penting, bukan "aku" atau "kamu".

3) Teori informasi dan nonverbal

B. Orbray Fisher menciptakan teori informasi dan teori nonverbal ini, menurutnya informasi adalah kumpulan peristiwa dengan tujuan tertentu untuk menghilangkan ketidakpastian. Jadi, informasi dalam komunikasi politik dapat mencakup pendapat dan sikap politik, media politik, pakaian partai politik, dan tamu dari kader partai politik. Oleh karena itu, teori informasi pada dasarnya adalah komunikasi politik yang tidak terucapkan atau tidak terucapkan.

2.2 Strategi Komunikasi Politik

2.2.1 Pengertian Strategi Komunikasi Politik

Pada dasarnya, strategi adalah kombinasi dari perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Dengan demikian, strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan ini, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis dilakukan. Dengan kata lain, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan pendekatan (Effendy, 2004).

Ketika berusaha mencapai tujuan politik, politik dan strategi menghasilkan dua komponen yang harus berhubungan satu sama lain, terutama ketika berbicara tentang kemenangan dalam pemilihan umum atau pileg. Perencanaan taktik dan pelaksanaan tindakan akan memiliki makna jika didukung oleh sebuah strategi yang cermat. Oleh karena itu, perencanaan taktis dapat memberikan jawaban terhadap berbagai pertanyaan strategi seperti rumusan pertanyaan dari Laswell tentang bagaimana prosesnya, mengapa dan kapan.

Menurut Anwar Arifin (Arifin, 2011) strategi komunikasi politik adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang apa yang harus dilakukan saat ini untuk mencapai tujuan politik pada masa yang akan datang. Konsep ini juga mencakup cara terbaik untuk membuat perencanaan politik untuk menarik perhatian khalayak yang akan menjadi pendukung.

Teori komunikasi politik Aanwar Arifin ini berfokus pada bagaimana pesan politik ini disampaikan kemudian untuk mencapai tujuan politiknya. Ada beberapa elemen-elemen yang menjadi kunci dalam menganalisis strategi komunikasi politik seorang kandidat diantaranya yaitu kredibilitas komunikator, homofili, dan pengulangan pesan. Masing-masing dari elemen ini mempunyai kekuatan tersendiri dalam menganalisis strategi komunikasi politik seorang kandidat itu sendiri. Komunikator politik harus mengikuti langkah-langkah dalam strategi komunikasi politik, seperti menjaga kehormatan dan memantapkan kelembagaan, menciptakan kesatuan, dan membangun konsens.

1. Merawat Ketokohan dan Memantapkan Kelembagaan

Merawat ketokohan dan memantapkan kelembagaan adalah langkah pertama dalam strategi komunikasi politik yang digunakan. Ini karena masing-masing kelembagaan memiliki pengaruh yang berbeda terhadap komunikasi politik yang digunakan untuk mencapai tujuan dan sasarannya. Jika kita berbicara tentang ketokohan, kita secara tidak langsung membahas kredibilitas, yang merupakan persepsi khalayak tentang kemampuan seorang individu atau komunikator politik. Menurut Berlo, kredibilitas komunikator muncul jika mereka memiliki:

- 1) Kemampuan komunikasi, yaitu kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik;

- 2) Pengetahuan, yaitu pengetahuan yang luas tentang topik yang akan disampaikan;
- 3) Perilaku, yaitu sikap yang jujur dan ramah; dan terakhir,
- 4) Sistem sosial dan budaya, yang mampu beradaptasi dengan sistem sosial dan budaya.

Karena kredibilitas yang muncul dalam masyarakat, dapat disimpulkan bahwa ketokohan politik akan menghasilkan kepercayaan masyarakat (Arifin, 2011).

Dalam kampanyenya, Tjahja Wandawa membangun kredibilitasnya dengan cara menjalin hubungan dengan tokoh agama setempat serta aktif dalam organisasi lintas agama seperti FKUB bahkan menjadi perwakilan dari agama non muslim pada kerusuhan di Kota Tasikmalaya tahun 1996. Dalam teori ini akan mengkaji lebih dalam mengenai bagaimana Tjahja Wandawa menjalin komunikasi dengan masyarakat serta tokoh setempat.

2. Menciptakan Kebersamaan

Selanjutnya, politisi harus membuat hubungan dengan khalayak mereka dengan mengenal mereka dan menyampaikan pesan yang sama. Ini harus dicapai melalui persamaan bahasa simbol komunikasi dan persamaan kepentingan dengan khalayak terutama dalam hal pesan politik, metode, dan media politik. Anwar

Arifin berpendapat bahwa kepentingan, keyakinan, dan motivasi khalayak, baik politik maupun nonpolitik, adalah komponen psikolog yang ada dalam masyarakat yang berkaitan dengan politik. Selain itu, menurut Laswell, ada tiga jenis pengaruh yang berbeda dalam suatu kelompok:

- 1) Area perhatian, di mana perhatian seseorang identik dengan masyarakat;
- 2) Area publik, di mana seseorang dipengaruhi oleh hubungan psikologis yang kuat dengan kelompoknya; dan
- 3) Area perasaan, di mana perasaan ada dalam diri seseorang dan sulit untuk dijelaskan dan hanya dapat dirasakan kebenarannya.

Komunikator harus memilih metode yang sesuai dengan isi pesan politik selama proses penyampaian. Menurut Anwar Arifin, strategi komunikasi politik memerlukan beberapa persyaratan:

- 1) Redundansi atau repetition, yang merupakan upaya untuk mempengaruhi khalayak dengan menyampaikan pesan politik berulang kali, dengan tujuan untuk menarik perhatian dan membuat pesan politik tidak mudah dilupakan oleh khalayak;

- 2) Kanalisasi, yang merupakan upaya untuk memahami pengaruh kelompok terhadap individu dan masyarakat; dan
- 3) Informatif, yang merupakan bentuk pesan yang bertujuan untuk mempengaruhi khalayak dengan menyampaikan pesan yang sesuai dengan fakta dan dapat diingat.
- 4) Teknik persuasif, yang mencoba membujuk penonton;
- 5) Teknik edukatif, yang mencoba membujuk penonton dengan memberi mereka ide berdasarkan pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggung jawakan nantinya;
- 6) Metode koersif, suatu metode yang dilakukan untuk mempengaruhi khalayak dengan cara memaksa.

3. Membangun konsensus

Membangun konsensus adalah langkah terakhir dalam membuat strategi komunikasi politik. Sangat penting untuk mencapai konsensus, baik di dalam partai maupun di luar partai, untuk lobi dan kompromi karena para elit politik akan mencari solusi untuk konflik dan perbedaan pendapat. Untuk mencapai hal ini, orang-orang yang berkuasa di dunia politik harus memulai dengan bersikap terbuka sehingga mereka dapat berinteraksi dengan

politikus lainnya dan membuat keputusan yang menguntungkan. Adanya karakteristik personal, kemampuan, kedekatan, daya tarik fisik, dan afiliasi sosial dapat membuat seseorang lebih terbuka (Arifin, 2011).

Komunikasi politik adalah cara untuk mencapai tujuan dengan menyampaikan pesan politik kepada masyarakat, atau khalayak, baik secara langsung maupun melalui media. Menurut (David, 2002), ada beberapa langkah yang diambil untuk menerapkan strategi, seperti:

- a) Perumusan Strategi, yaitu langkah awal yang perlu dilakukan dalam menyusun strategi diantaranya dengan cara melakukan pembangunan tujuan, mengenai peluang dan ancaman eksternal, menetapkan kelebihan dan kekurangan secara internal.
- b) Implementasi strategi, setelah merumuskan strategi kemudian langkah berikutnya yaitu melaksanakan apa yang sudah direncanakan.
- c) Evaluasi strategi, yaitu tahap akhir dari strategi. Evaluasi menjadi tolak ukur untuk strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi dan evaluasi diperlukan untuk memastikan sasaran yang dinyatakan telah dicapai.

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini tidak terlepas dari penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan, dan dijadikan sebagai bahan perbandingan serta bahan kajian. Adapun beberapa penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian ini yaitu mengenai komunikasi politik.

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Metode dan Teori	Hasil	Perbandingan
1	Fahri Uber, PH. Regar, G.J. Waleleng / Strategi Kampanye Calon Legislatif Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) Dapil Satu Kabupaten Minahasa Utara Tahun 2014 / e-journal "Acta Diurna" Volume V No.2 Tahun 2016	Kualitatif Komunikasi Politik, Komunikasi Antar Pribadi, Analisis SWOT	Penelitian ini hanya menghasilkan strategi politik dengan analisis SWOT.	Studi ini menggunakan teori komunikasi politik Anwar Arifin untuk membahas bagaimana Tjahja Wandawa berkomunikasi politik sebagai calon anggota legislatif.
2	Djoni Gunanto, Lusi Andriyani, Muhammad Sahrul / Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis / Vol. 4 No. 2 Desember 2020 PP. 131-136	Kualitatif Strategi Marketing Politik, Komunikasi Politik, Strategi Komunikasi Politik	Untuk menghadapi pemilu legislatif tahun 2019 di Tangerang Selatan, anggota PSI menggunakan pendekatan kultural turun ke masyarakat, mapping politik, dan terakhir, politik yang sehat dan elegan dengan memperbanyak pesan politik yang mengadvokasi dan mencerahkan masyarakat tanpa menggunakan uang.	Penelitian ini hanya berkonsentrasi pada jenis komunikasi politik Tjahja wandawa dengan menggunakan teori Anwar Arifin; bagaimana merawat ketokohan calon anggota legislatif, memantapkan kelembagaan, dan menciptakan persatuan.

3	<p>Novaria Maulina, Atika, Nining Nandya Rukmana Sari/ Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Perempuan dalam Memperoleh Dukungan Publik pada Pemilihan Legislatif Tahun 2019 di Kalimantan Selatan/Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan Vol. 23 No.2 Oktober 2019: 109-126</p>	<p>Kualitatif</p> <p>Komunikasi Politik, Strategi Komunikasi Politik</p>	<p>menguraikan berbagai aspek komunikasi politik yang berkaitan dengan cara caleg perempuan mendapatkan dukungan publik pada pemilihan legislatif tahun 2019. Studi ini menemukan bahwa caleg perempuan dan timnya berfungsi sebagai komunikator politik selama proses kampanye pemilihan legislatif. Kesehatan, kesejahteraan, pemberdayaan perempuan, dan pendidikan anak adalah fokus pesan politik.</p>	<p>Penelitian yang sama dilakukan oleh Novaria Maulina, Atika, dan Nining Nandya Rukmana Sari juga menemukan elemen-elemen komunikasi politik pada calon. Namun, penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi politik Anwar Arifin.</p>
4	<p>Emilsyah Nur / Strategi Komunikasi Tim Sukses Pada Kampanye Politik Untuk Memenangkan Calon Legislatif Kota Makassar / Jurnal Diakom Vol.2 No.1, September 2019 : 120-128</p>	<p>Kampanye politik, komunikasi politik</p>	<p>Untuk memenangkan calon legislatif Makassar, strategi komunikasi politik Caleg dan Tim Sukses terdiri dari tiga tahap penting: perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Perencanaan digunakan untuk mengukur seberapa banyak upaya yang telah dilakukan untuk menerapkan strategi komunikasi politik selama kampanye dan juga untuk mengevaluasi kekurangan dan kelebihan dari strategi tersebut.</p>	<p>Penelitian Emilsyah Nur berfokus pada manajemen komunikasi politik, sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi politik.</p>

5	Royke R. Siahainenia, Putri Hergianasari, Netanyahu/ Strategi Komunikasi Politik Penggunaan Baliho Versus Media Sosial Oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Tahun 2021 / Administraus - Jurnal Ilmu Administrasi Dan Manajemen Vol. 6 No. 1 – Januari 2022 Eissn 2580-9695	Kualitatif Komunikasi Politik, Media Baru	Menggunakan media, seperti media lama Puan Maharani dan media baru Ganjar Pranowo, sangat penting untuk mencapai tujuan komunikasi politik. Ketercapaian tujuan komunikasi tersebut juga dipengaruhi oleh pengemasan pesan politik yang epik dan sesuai dengan situasi.	Penelitian Royke R. Siahainenia dan Putri Hergianasari menemukan bahwa Netanyahu menggunakan media sosial sebagai alat untuk menyampaikan pesan. Sebaliknya, penelitian ini berfokus pada penerapan teori Anwar Arifin tentang strategi komunikasi politik.
---	--	--	---	---

Dari tabel diatas merupakan beberapa penelitian terdahulu yang dirasa relevan dengan topik yang akan diangkat pada penelitian ini. Pada penelitian pertama menyoroti mengenai strategi kampanye calon legislatif dalam konteks lokal, dengan menggunakan analisis SWOT dalam mengkaji kekuatan dan kelemahan dalam strategi kampanyenya, kemudian pada penelitian kedua tentang bagaimana caleg perempuan membangun strategi komunikasi yang berfokus pada kesehatan dan kesejahteraan dalam konteks politik lokal. Penelitian ini membahas mengenai komunikasi politik Tjahja Wandawa pada pemilihan umum di Kota Tasikmalaya pada tahun 2024. Kebaruan atau sesuatu yang terbilang menarik dibandingkan dengan penelitian lainnya yaitu, pada penelitian ini membahas komunikasi politik dengan fokus pada kampanye politik Tjahja Wandawa sebagai satu satunya anggota legislatif non muslim di wilayah mayoritas muslim yaitu di Kota Tasikmalaya. Hal ini memberikan latar belakang yang unik dan jarang dibahas dalam penelitian komunikasi politik di Indonesia.

2.4 Kerangka Berpikir

Dalam penelitian ini akan membahas mengenai komunikasi politik, yang dimana yang dibahas adalah bagaimana komunikasi politik yang dilakukan oleh Tjahja Wandawa dalam masa kampanyenya untuk menarik simpati masyarakat agar meraih suara terbanyak. Penulis akan menjelaskan tentang strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh Tjahja Wandawa serta aktivitas yang bersifat politik, terutama dalam kegiatannya dilapangan. Adapun beberapa poin yang akan dikaji oleh penulis dalam penelitian ini yaitu mengenai seperti apakah bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh Tjahja Wandawa pada pemilu 2024. Dari point tersebut diharapkan dapat mengetahui efektifitas dan keberhasilan komunikasi politik Tjahja Wandawa pada masa pemilu 2024.

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

