

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Komunikasi Politik

1. Pengertian Komunikasi Politik

Komunikasi politik menurut Mc. Nair adalah suatu bentuk komunikasi yang dilakukan politisi untuk meraih tujuan tertentu. Mc. Nair 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.¹ Sedangkan menurut Nimmo, komunikasi politik adalah proses komunikasi yang digunakan untuk mempengaruhi pengetahuan, kepercayaan-kepercayaan dan tindakan politik terkait dengan persoalan-persoalan politik.²

Pengertian komunikasi politik menurut Miriam Budiardjo 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."³ 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.⁴

¹ Brian Mc Nair, Pengantar Komunikasi Politik, Nusamedia: Jakarta, 2016

² Dan Nimmo, komunikasi politik, khalayak dan efek, (Bandung : remaja karya (cv 1989), hal.108

³ Sudioanto, Komunikasi Politik, Jakarta : Rajawali press, 2006, hal.179

⁴ Roni Tabroni, Komunikasi Politik Pada Era Multimedia, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012, Hal 4

Para ilmuwan politik memandang bahwa sebenarnya politik memiliki komunikasi karena banyak definisi komunikasi yang telah terduda oleh politik terutama dikarenakan Komunikasi itu pada umumnya bertujuan untuk mempengaruhi. Sedangkan politik mencakup pengaruh sebagai konsep khusus dari kekuasaan sebagai . Sentral kajian politik.⁵ 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.⁶

a. Teori Komunikasi Politik

Teori dasar dari aplikasi komunikasi politik adalah :⁷

- 1) Teori khalayak kepala batu : Teori ini mengkaji mengenai faktor-faktor yang membuat individu dapat menerima pesan-pesan komunikasi. Salah satunya adalah lahirnya teori atau model guna dan kepuasan. Kemudian Teori ini dikembangkan oleh ellihucu model ini dibangun atas dasar asumsi bahwa manusia adalah makhluk yang sangat rasional dan sangatlah aktif dinamis serta selektif terhadap semua pengaruh dari luar dirinya. Khalayak yang selektif itu akan memilih berdasarkan kegunaan dalam memenuhi kepuasan dirinya.
- 2) Teori empati dan teori hemofili

Teori empati dikembangkan oleh berlo dan Daniel learner, kemudian teori hemofili diperkenalkan oleh Everett M.Rogers, dan F.

⁵ Fly Hunter, community power structure, (Chafe Hill, NC: University Of North Carolina Press,1953

⁶ Leli Aryani, Komunikasi Politik Politisi Dan Pencitraan Di Panggung Politik (Bandung: Wijaya Padjajaran, 2010), Hal.16.

⁷ Anwar Arifin, komunikasi politik filsafat-paradigma-teori-tujuan-strategi dan komunikasi politik Indonesia, (Yogyakarta: Graha ilmu, 2011). hal.89

Shoemaker. Teori ini merupakan penjabaran dari Paradigma interaksional menurut Daniel learner, empati adalah suatu kesanggupan seseorang melihat dirinya sendiri masuk ke dalam situasi orang lain dan kemudian melakukan suatu penyesuaian. kemudian istilah homofili memiliki arti bahwa berkomunikasi dengan orang yang sama artinya derajat orang yang berkomunikasi memiliki kesamaan dalam beberapa hal hemofili ini dapat digambarkan sebagai suasana atau kondisi kepribadian dan kondisi fisik antara dua orang yang berinteraksi ketika memiliki kebersamaan usia, bahasa, pengetahuan, kepentingan partai, organisasi, agama, Suku bangsa, serta pakaian. Tetapi dalam hal ini bisa menjadi sulit terjadi interaksi yang intensif jika dua orang yang berinteraksi bersifat heterofili, artinya tidak memiliki kesamaan bahasa, pengetahuan serta kepentingan.

Dari adanya empati dan hemofili ini akan menciptakan suatu bentuk keakraban dan intim sehingga komunikasi politik dapat berjalan secara interaksional dalam hal ini Interaksi dapat terjadi antara dua subjek yang selevel dan sederajat. Dalam komunikasi politik yang bersifat dialogis tidak dikembangkan kata aku dan kamu, melainkan yang ditonjolkan adalah kata kita.

3) Teori informasi dan teori nonverbal

Teori informasi dan teori non verbal dikembangkan oleh B. Orbray Fisher, informasi menurutnya adalah sebagai suatu pengelompokan peristiwa-peristiwa dengan fungsi dan tujuan tertentu untuk menghilangkan suatu ketidakpastian. Informasi dapat disebut sebagai konsep yang absolut dan relatif karena informasi diartikan

bukan sebagai pesan melainkan jumlah, benda, serta energi. Jika dipandang secara singkat arti dari informasi adalah semua hal yang dapat dipakai dalam bertukar pengalaman jadi informasi dalam komunikasi politik dapat diartikan sebagai sikap politik serta pendapat politik, media politik, kostum partai politik, tamu kader partai politik. Maka dari itu, hakikatnya teori informasi adalah suatu komunikasi politik yang bersifat nonverbal atau tidak terucapkan.

b. Bentuk-Bentuk 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 diliberitif

Retorika diliberitif 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, 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.⁸

c. Unsur Komunikasi Politik

Unsur-unsur komunikasi politik ada 5, yaitu :

1) Komunikator politik

Komunikator politik adalah seseorang yang memberi informasi mengenai hal-hal yang mengandung makna politik atau semua yang berkaitan dengan politik.

2) Pesan politik

⁸ Arifin, Komunikasi Politik Dan Pers Pancasila, Jakarta: Media Sejahtera 2003 Hal.65

Pesan politik adalah suatu pernyataan yang disampaikan baik secara verbal maupun nonverbal yang isinya mengandung politik atau berkaitan dengan kehidupan politik.

3) Media politik

Media politik adalah suatu alat yang digunakan oleh para komunikator dalam menyampaikan pesan politiknya.

4) Sasaran politik

Sasaran politik disebut juga sebagai target politik di mana target politik adalah masyarakat, di mana diharapkan masyarakat tersebut dapat memberikan dukungan dalam bentuk pemberian suara pada partai atau kandidat dalam pemilu.

5) Pengaruh komunikasi politik

Pengaruh dari komunikasi politik adalah diharapkan dapat menciptakan pemahaman terhadap suatu pemerintahan serta partai-partai politik, di mana nuansanya akan bermuara pada pemberian suara dalam pemilu.⁹

d. Fungsi Komunikasi Politik

Menurut McNair, 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.

⁹ Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013) hal 31

- 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.¹⁰

2. Strategi Komunikasi Politik

Strategi komunikasi politik adalah suatu rencana yang di dalamnya terdapat suatu cara, teknik serta hubungan fungsional dari proses komunikasi pada sebuah kegiatan guna untuk mencapai suatu tujuan yang diharapkan. Dari adanya strategi politik ini diharapkan dapat memberikan dukungan serta aspirasi masyarakat dapat disalurkan. Jika dilihat dari sudut pandang pemerintah maka Strategi politik ini digunakan untuk membuat serta menerapkan aturan-aturan khusus dalam proses pemilu dengan cara meningkatkan kemampuan serta kesempatan bagi masyarakat untuk menyalurkan aspirasi Dan kepentingannya serta untuk menyalurkan kebijakan-kebijakan tertentu hingga akhirnya menciptakan sebuah komunikasi timbal balik antara suprastruktur dan infrastruktur politik dalam mempersiapkan sebuah Pemilu. Austin dan pink platone berpendapat bahwa strategi dapat dimulai dari merumuskan suatu tujuan. Dalam dunia politik tujuan yang hendak dicapai umumnya adalah untuk mendapatkan kepercayaan rakyat dalam

¹⁰ McNair, introduction of political communication,(London: library cataloguIng publication, 2003), hal.21

memberikan suara padanya.¹¹ Arti dari strategi dalam komunikasi politik adalah keseluruhan keputusan kondisional mengenai tindakan yang akan dijalankan di mana tujuannya untuk mencapai suatu tujuan politik pada masa depan.¹²

Anwar Arifin berpendapat bahwa terdapat empat strategi komunikasi politik, antara lain:

a. Ketokohan dan kelembagaan

Ketokohan merupakan orang yang memiliki kredibilitas, daya tarik, kekuasaan serta keahlian di mata rakyat. Ketokohan seorang pemimpin politik memiliki pengaruh tersendiri dalam berkomunikasi politik di mata masyarakat. Salah satu karakteristik dari komunikator menurut Aristoteles yang pertama adalah etos hal ini berkaitan dengan kredibilitas sumber. Jadi ke toko Han sama dengan etos yaitu keahlian seorang komunikator dalam menyampaikan pesan sehingga berpengaruh pada tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemimpin politiknya. selanjutnya menurut Price dan Paisley aspek-aspek yang dibutuhkan dari seorang Komunikator adalah dapat dipercaya kompetensi atau keahlian, Daya tarik fisik.

b. Menciptakan kebersamaan

Menciptakan kebersamaan ini dapat dilakukan dengan cara memahami masyarakat atau publik menyusun suatu pesan, menetapkan metode dan memilih media. Untuk menciptakan suatu kebersamaan antara politikus dengan masyarakat atau rakyat adalah dengan cara mengenali masyarakat

¹¹ Pujono. Dkk, "Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Partai Golkar Dalam Memenangkan Pemilihan Umum 2014 Di Kabupaten Sragen", Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 13, No.3), 2015, Hal. 277

¹² Ardin Ode Sairi, "Komunikasi Politik Kader Partai Dalam Pemilihan Ketua DPD Partai Amanat Nasional Kabupaten Muna Barat", Jurnal Ilmu Komunikasi UHO, Vol.2, No.3, 2017

dan menyusun pesan yang homofili. Untuk menciptakan homofili dan melakukan empati melalui persamaan kepentingan maka Komunikator harus mengerti serta memahami daya tangkap dan daya serap masyarakat, baik yang bersifat psikologis ataupun sosiokultural.

c. Membangun konsensus

Terdapat dua hal yang harus diperhatikan dalam membangun konsensus yaitu seni kompromi atau negosiasi dan kesediaan untuk membuka diri seorang pemimpin politik harus memiliki kemampuan untuk berkompromi dalam melakukan plobian untuk mencapai suatu solusi dengan membangun konsensus Selain itu pemimpin politik juga harus siap untuk membuka diri sesuai dengan konsep yang ada pada tiap-tiap politikus yang berbeda pendapatnya.¹³

d. Memilah serta memilih media

Dalam komunikasi politik perlu adanya memilah serta memilih media dengan cermat, di mana Tujuannya adalah untuk menyesuaikan Suatu kondisi dan situasi masyarakat. Dengan tetap memperhatikan sistem komunikasi politik di suatu negara ataupun bangsa.

^^

¹³ Anwar Arifin, Komunikasi Politik-Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi Dan Komunikasi Politik Indonesia (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), Hal 235.