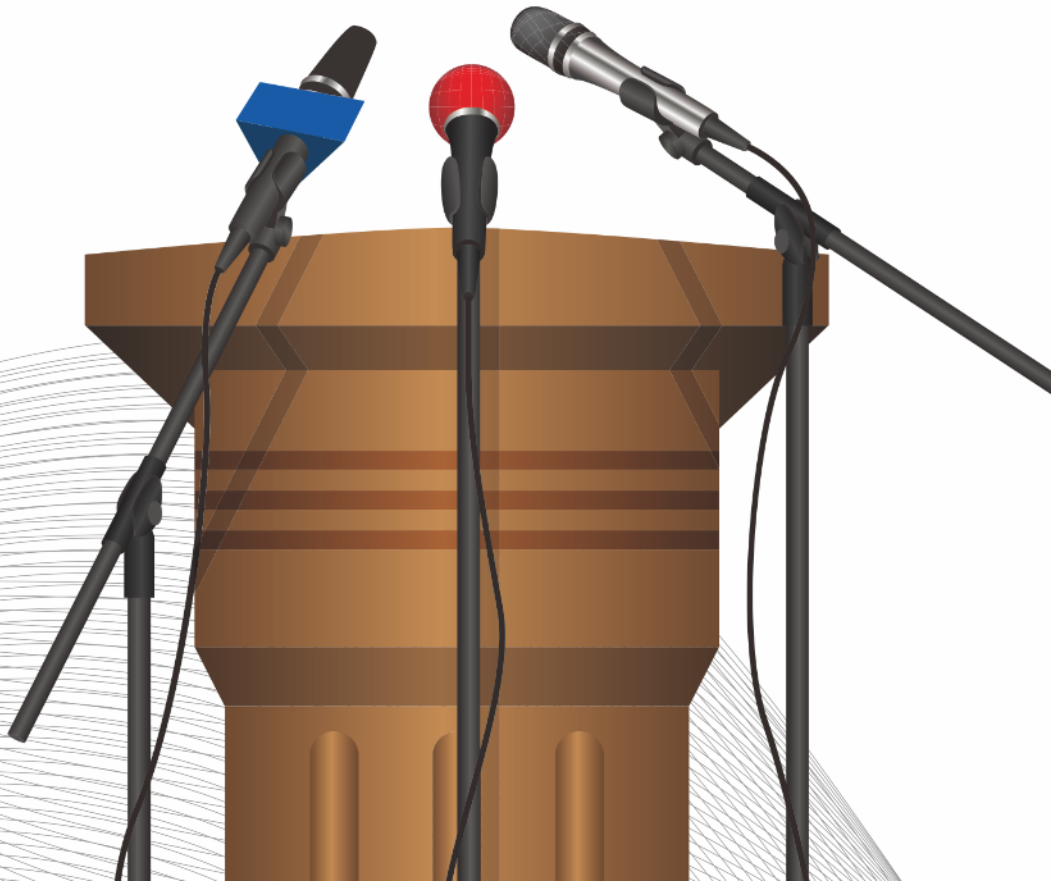


Syamsul Arif Billah, S.Sos., M.I.Kom.



KOMUNIKASI POLITIK

SEBUAH KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK TERPADU



KOMUNIKASI POLITIK : SEBUAH KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK TERPADU

Penulis : Syamsul Arif Billah, S.Sos., M.I.Kom.
Editor : Adi Junadi, S.I.Kom., M.I.Kom.



KOMUNIKASI POLITIK : SEBUAH KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK TERPADU

Penulis:

Syamsul Arif Billah, S.Sos., M.I.Kom.

Editor:

Adi Junadi, S.I.Kom., M.I.Kom.

Layouter :

Tim Kreatif PRCI

Cover:

Rusli

Cetakan Pertama : Agustus 2024

Hak Cipta 2024, pada Penulis. Diterbitkan pertama kali oleh:

**Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
ANGGOTA IKAPI JAWA BARAT**

Pondok Karisma Residence Jalan Raflesia VI D.151
Panglayungan, Cipedes Tasikmalaya – 085223186009

Website : www.rcipress.rcipublisher.org

E-mail : rumahcemerlangindonesia@gmail.com

Copyright © 2024 by Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
All Right Reserved

- Cet. I – : Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2024
; 15,5 x 23 cm

ISBN : 978-623-448-970-5

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan
cara apapun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang
Hak Cipta Pasal 72

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas berkat dan rahmat-Nya, buku referensi "Komunikasi Politik: Sebuah Komunikasi Pemasaran Politik Terpadu" ini dapat disusun dengan baik. Buku ini bertujuan membekali mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan pemahaman komprehensif tentang komunikasi politik dan penerapan konsep pemasaran dalam konteks politik.

Buku ini terdiri dari sepuluh bab yang membahas berbagai aspek komunikasi politik dan pemasaran politik terpadu. Bab 1 mencakup definisi, sejarah, peran, dan ruang lingkup komunikasi politik. Bab 2 mengulas teori, konsep dasar, model, dan pendekatan. Bab 3 mengeksplorasi peran pemerintah, partai politik, media massa, LSM, dan konsultan politik. Bab 4 membahas proses pesan politik dan peran media sosial. Bab 5 hingga Bab 10 meliputi strategi pemasaran, pengaruh media, etika, studi kasus di Indonesia, serta tantangan dan peluang di era digital.

Kami berharap buku ini bermanfaat dan menjadi referensi yang berguna bagi semua pihak yang berkecimpung dalam bidang komunikasi politik. Kami sangat mengharapkan masukan dan saran konstruktif dari pembaca guna perbaikan di masa mendatang.

Majalengka, Agustus 2024

Penulis

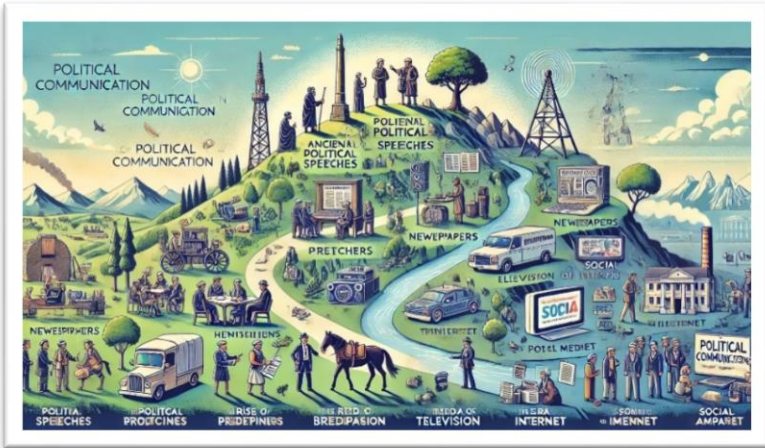
DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	3
DAFTAR ISI.....	5
BAB 1 PENDAHULUAN	7
1.1 DEFINISI KOMUNIKASI POLITIK	7
1.2 SEJARAH DAN PERKEMBANGAN KOMUNIKASI POLITIK	11
1.3 PERAN DAN PENTINGNYA KOMUNIKASI POLITIK DALAM MASYARAKAT.....	15
1.4 RUANG LINGKUP DAN FOKUS KAJIAN	20
 BAB 2 TEORI DAN KONSEP DASAR KOMUNIKASI POLITIK.....	25
2.1 TEORI KOMUNIKASI POLITIK.....	25
2.2 KONSEP DASAR KOMUNIKASI POLITIK.....	30
2.3 MODEL DAN PARADIGMA DALAM KOMUNIKASI POLITIK.....	35
2.4 PENDEKATAN-PENDEKATAN DALAM STUDI KOMUNIKASI POLITIK.....	39
 BAB 3 AKTOR DAN INSTITUSI DALAM KOMUNIKASI POLITIK.....	45
3.1 PEMERINTAH DAN BIROKRASI	45
3.2 PARTAI POLITIK.....	49
3.3 MEDIA MASSA.....	54
3.4 LSM DAN ORGANISASI MASYARAKAT SIPIL.....	58
3.5 <i>PUBLIC RELATIONS</i> DAN KONSULTAN POLITIK	62
 BAB 4 PROSES KOMUNIKASI POLITIK	67
4.1 PROSES PENYAMPAIAN PESAN POLITIK	67
4.2 MEDIA DAN TEKNOLOGI DALAM KOMUNIKASI POLITIK	73
4.3 STRATEGI DAN TAKTIK KAMPANYE POLITIK.....	78
4.4 PERAN MEDIA SOSIAL DALAM KAMPANYE POLITIK.....	83
 BAB 5 KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK TERPADU	89
5.1 KONSEP PEMASARAN POLITIK.....	89
5.2 STRATEGI PEMASARAN POLITIK TERPADU.....	95
5.3 SEGMENTASI, TARGETING, DAN POSITIONING DALAM PEMASARAN POLITIK.....	101

5.4 IMPLEMENTASI DAN EVALUASI KAMPANYE PEMASARAN POLITIK	107
BAB 6 MEDIA DAN OPINI PUBLIK	113
6.1 PENGARUH MEDIA TERHADAP OPINI PUBLIK.....	113
6.2 FRAMING DAN AGENDA SETTING	118
6.3. SURVEI DAN POLLING DALAM KOMUNIKASI POLITIK.....	124
6.4. MEDIA BARU DAN PERUBAHAN OPINI PUBLIK.....	130
BAB 7 ETIKA DAN REGULASI DALAM KOMUNIKASI POLITIK	136
7.1. ETIKA DALAM KOMUNIKASI POLITIK	136
7.2. REGULASI DAN KEBIJAKAN MEDIA	142
7.3. TRANSPARANSI DAN AKUNTABILITAS DALAM KOMUNIKASI POLITIK	148
7.4. ISU-ISU ETIS DALAM KAMPANYE POLITIK	155
BAB 8 STUDI KASUS KOMUNIKASI POLITIK DI INDONESIA.....	162
8.1 KOMUNIKASI POLITIK DALAM PEMILU DI INDONESIA	162
8.2. KASUS SUKSES KAMPANYE POLITIK DI INDONESIA	168
8.3. PERAN MEDIA LOKAL DALAM KOMUNIKASI POLITIK	172
8.4. PENGARUH KOMUNIKASI POLITIK TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL DI INDONESIA	177
BAB 9 TANTANGAN DAN PELUANG KOMUNIKASI POLITIK DI ERA DIGITAL.....	184
9.1 DIGITALISASI DAN TRANSFORMASI KOMUNIKASI POLITIK ...	184
9.2. TANTANGAN DALAM KOMUNIKASI POLITIK DIGITAL.....	190
9.3. PELUANG DAN INOVASI DALAM KAMPANYE DIGITAL	196
9.4. MASA DEPAN KOMUNIKASI POLITIK DI ERA DIGITAL.....	201
BAB 10 KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	207
10.1 RINGKASAN PEMBAHASAN.....	207
10.2. REKOMENDASI UNTUK PRAKTISI DAN AKADEMISI	210
10.3 IMPLIKASI UNTUK PENELITIAN SELANJUTNYA	212
10.4. REFLEKSI DAN PENUTUP	213

BAB 1

PENDAHULUAN



Gambar 1. Ilustrasi Sejarah Perkembangan Komunikasi Politik

1.1 Definisi Komunikasi Politik

Komunikasi politik merupakan suatu disiplin ilmu yang mempelajari bagaimana informasi, pesan, dan simbol disampaikan dalam konteks politik. Hal ini melibatkan proses komunikasi antara individu, kelompok, dan lembaga yang berupaya mempengaruhi atau mengendalikan pandangan, sikap, dan perilaku politik masyarakat. Definisi ini mencakup berbagai bentuk komunikasi, mulai dari pidato, debat, kampanye, hingga penggunaan media massa dan media sosial untuk menyebarkan pesan politik (McNair, 2011).

Dalam konteks akademis, komunikasi politik sering kali dikaitkan dengan studi tentang strategi dan taktik yang digunakan oleh aktor politik untuk mencapai tujuan mereka.

Aktor politik ini dapat berupa partai politik, kandidat, lembaga pemerintah, maupun organisasi non-pemerintah. Mereka menggunakan berbagai metode komunikasi untuk membangun citra, menggalang dukungan, dan memobilisasi pemilih. Komunikasi politik juga mencakup analisis terhadap pesan-pesan yang disampaikan oleh media dan bagaimana pesan tersebut diterima dan diinterpretasikan oleh publik (Nimmo, 2000).

Definisi komunikasi politik tidak hanya terbatas pada interaksi antara politisi dan publik, tetapi juga mencakup komunikasi internal dalam organisasi politik. Misalnya, komunikasi antar anggota partai, antara kandidat dan tim kampanyenya, serta antara pemerintah dan birokrat. Komunikasi internal ini penting untuk memastikan konsistensi pesan dan koordinasi strategi yang efektif. Selain itu, komunikasi politik juga mencakup komunikasi antar negara dalam konteks diplomasi dan hubungan internasional (Graber, 2003).

Pada dasarnya, komunikasi politik bertujuan untuk mempengaruhi opini publik dan keputusan politik. Hal ini dilakukan melalui penyampaian pesan yang disesuaikan dengan audiens tertentu, penggunaan simbol-simbol politik, dan pemanfaatan media untuk menyebarluaskan informasi. Komunikasi politik yang efektif dapat membentuk persepsi publik terhadap isu-isu politik, kandidat, dan kebijakan

pemerintah, serta dapat mempengaruhi hasil pemilihan umum dan legitimasi pemerintahan (Blumler & Gurevitch, 1995).

Di Indonesia, komunikasi politik memiliki karakteristik yang unik karena keberagaman budaya, etnis, dan agama yang ada. Komunikasi politik di Indonesia seringkali melibatkan penggunaan simbol-simbol budaya dan agama untuk menarik dukungan. Selain itu, media massa memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi politik, dengan televisi, radio, dan media cetak yang masih menjadi sumber utama berita politik bagi sebagian besar masyarakat, meskipun penggunaan media sosial semakin meningkat (Heryanto, 2006).

Komunikasi politik juga berperan dalam proses demokratisasi dan partisipasi politik. Dengan menyediakan platform untuk diskusi dan debat publik, komunikasi politik dapat memperkuat demokrasi dengan memungkinkan masyarakat untuk terlibat dalam proses politik. Selain itu, komunikasi politik yang transparan dan akuntabel dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap institusi politik dan mendorong partisipasi aktif dalam pemilihan umum dan kegiatan politik lainnya (Norris, 2000).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah lanskap komunikasi politik secara signifikan. Media sosial, misalnya, telah menjadi alat penting bagi politisi untuk berinteraksi langsung dengan pemilih, menyebarkan pesan kampanye, dan menggalang dukungan. Penggunaan

data dan analisis big data juga memungkinkan kampanye politik yang lebih terarah dan efektif. Namun, perkembangan ini juga menimbulkan tantangan baru, seperti penyebaran informasi palsu (hoaks) dan manipulasi opini publik melalui media digital (Chadwick, 2013).

Selain itu, komunikasi politik juga melibatkan aspek etika dan tanggung jawab. Para aktor politik harus mempertimbangkan dampak dari pesan yang mereka sampaikan, baik terhadap individu maupun masyarakat secara keseluruhan. Etika komunikasi politik mencakup prinsip-prinsip seperti kejujuran, transparansi, dan rasa hormat terhadap lawan politik dan pemilih. Kegagalan untuk mematuhi prinsip-prinsip ini dapat merusak legitimasi politik dan kepercayaan publik (Thompson, 2000).

Dalam kajian akademis, komunikasi politik sering kali dihubungkan dengan teori-teori komunikasi dan sosiologi politik. Misalnya, teori agenda-setting menjelaskan bagaimana media dapat mempengaruhi isu-isu yang dianggap penting oleh publik melalui seleksi dan penekanan tertentu. Teori framing, di sisi lain, menjelaskan bagaimana cara penyajian informasi dapat mempengaruhi interpretasi dan respons publik terhadap isu-isu politik. Teori-teori ini membantu dalam memahami dinamika komunikasi politik dan efeknya terhadap masyarakat (Entman, 1993).

Secara keseluruhan, komunikasi politik adalah bidang yang kompleks dan multidimensional yang melibatkan

berbagai bentuk dan strategi komunikasi. Dengan memahami definisi dan konsep dasar komunikasi politik, kita dapat lebih baik mengapresiasi peran penting yang dimainkan oleh komunikasi dalam proses politik dan demokrasi. Studi komunikasi politik tidak hanya relevan bagi politisi dan akademisi, tetapi juga bagi masyarakat umum yang ingin memahami dan terlibat dalam proses politik secara lebih efektif dan informatif (McQuail, 2010).

1.2 Sejarah dan Perkembangan Komunikasi Politik

Komunikasi politik telah ada sejak zaman kuno ketika para pemimpin pertama kali mulai menyampaikan pesan kepada rakyat mereka untuk mengatur, memimpin, dan mempengaruhi masyarakat. Di Yunani kuno, retorika memainkan peran penting dalam kehidupan politik. Para filsuf seperti Aristoteles menulis tentang seni persuasi dan bagaimana retorika dapat digunakan untuk mempengaruhi publik dalam debat dan pengambilan keputusan politik (Aristotle, 1991). Retorika ini merupakan bentuk awal dari komunikasi politik, di mana kemampuan berbicara di depan umum menjadi alat utama untuk memenangkan dukungan dan menggerakkan opini publik.

Selama Abad Pertengahan, komunikasi politik banyak didominasi oleh gereja dan kerajaan. Komunikasi lebih bersifat hierarkis dan satu arah, di mana raja dan pemimpin agama menggunakan propaganda dan simbol-simbol

keagamaan untuk mengkonsolidasikan kekuasaan mereka. Dalam konteks ini, komunikasi politik berfungsi untuk mempertahankan status quo dan mengontrol masyarakat melalui pesan-pesan yang disampaikan melalui gereja dan institusi-institusi kerajaan (Lerner, 1958).

Pada periode Pencerahan, komunikasi politik mengalami perubahan signifikan dengan munculnya pemikiran rasional dan kebebasan berekspresi. Para filsuf seperti John Locke dan Montesquieu menekankan pentingnya kebebasan berbicara dan pers sebagai landasan demokrasi. Pers mulai memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi politik dan memungkinkan diskusi publik tentang isu-isu politik. Ini adalah awal dari media massa sebagai instrumen penting dalam komunikasi politik (Habermas, 1989).

Revolusi Industri membawa perubahan besar dalam teknologi komunikasi, termasuk penemuan telegraf dan kemudian radio, yang memungkinkan pesan politik disebarkan lebih cepat dan lebih luas. Di Amerika Serikat, misalnya, Franklin D. Roosevelt menggunakan radio untuk menyampaikan pidato "fireside chats" yang langsung mencapai rakyat Amerika dan membangun dukungan untuk kebijakan New Deal-nya. Ini menunjukkan bagaimana media baru dapat digunakan oleh politisi untuk menjalin hubungan langsung dengan publik dan membangun narasi politik (Briggs & Burke, 2002).

Pada abad ke-20, televisi menjadi media dominan dalam komunikasi politik. Debat televisi antara John F. Kennedy dan Richard Nixon pada tahun 1960 adalah contoh penting bagaimana televisi mengubah dinamika kampanye politik. Penampilan dan presentasi visual kandidat menjadi sangat penting, dan kemampuan untuk tampil baik di depan kamera menjadi kunci sukses dalam politik. Televisi memungkinkan politisi menjangkau audiens yang lebih luas dan menyampaikan pesan mereka secara langsung kepada pemilih (Schudson, 1995).

Memasuki era digital, internet dan media sosial telah merevolusi komunikasi politik. Media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram memberikan platform bagi politisi untuk berkomunikasi langsung dengan pemilih tanpa melalui media tradisional. Hal ini memungkinkan interaksi yang lebih langsung dan personal antara politisi dan publik. Kampanye Barack Obama pada tahun 2008 dan 2012 adalah contoh penting bagaimana media sosial dapat digunakan secara efektif dalam kampanye politik untuk mobilisasi pemilih dan penggalangan dana (Kreiss, 2012).

Di Indonesia, perkembangan komunikasi politik juga mengalami perubahan seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan politik. Pada masa Orde Baru, komunikasi politik sangat terkontrol oleh pemerintah dengan penggunaan propaganda untuk mendukung legitimasi rezim. Namun, dengan reformasi dan demokratisasi pada akhir 1990-

an, media menjadi lebih bebas dan beragam, memungkinkan diskusi politik yang lebih terbuka dan kritis. Media sosial kini memainkan peran penting dalam kampanye politik dan partisipasi politik masyarakat Indonesia (Heryanto, 2006).

Perkembangan teknologi informasi juga membawa tantangan baru dalam komunikasi politik. Salah satunya adalah fenomena disinformasi dan penyebaran berita palsu (hoaks) yang dapat mempengaruhi opini publik dan stabilitas politik. Selain itu, penggunaan data pribadi dalam kampanye politik untuk target mikro (micro-targeting) menimbulkan kekhawatiran tentang privasi dan etika. Oleh karena itu, regulasi dan literasi digital menjadi penting untuk mengatasi tantangan ini dan memastikan komunikasi politik yang sehat dan demokratis (Allcott & Gentzkow, 2017).

Dalam dekade terakhir, penelitian tentang komunikasi politik telah berkembang pesat, mencakup berbagai aspek seperti peran media dalam demokrasi, komunikasi krisis, komunikasi politik internasional, dan penggunaan big data dalam kampanye politik. Studi-studi ini memberikan wawasan penting tentang bagaimana komunikasi politik berfungsi dalam konteks yang berbeda dan bagaimana strategi komunikasi dapat disesuaikan dengan perkembangan teknologi dan perubahan sosial (McNair, 2011).

Secara keseluruhan, sejarah dan perkembangan komunikasi politik menunjukkan bahwa meskipun metode dan media komunikasi terus berkembang, tujuan dasar dari

komunikasi politik tetap sama: mempengaruhi opini publik, membangun dukungan, dan mencapai tujuan politik. Dengan memahami evolusi komunikasi politik, kita dapat lebih baik mempersiapkan diri untuk tantangan dan peluang yang dihadapi dalam komunikasi politik masa depan (Katz & Lazarsfeld, 1955).

1.3 Peran dan Pentingnya Komunikasi Politik dalam Masyarakat

Komunikasi politik memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk dan memelihara struktur politik dalam masyarakat. Fungsi utama dari komunikasi politik adalah menyebarkan informasi mengenai kebijakan, keputusan, dan isu-isu politik kepada masyarakat luas. Hal ini memungkinkan warga negara untuk membuat keputusan yang terinformasi mengenai partisipasi politik mereka, termasuk pemilihan umum dan keterlibatan dalam proses demokratis lainnya (McNair, 2011).

Salah satu peran kunci komunikasi politik adalah membangun dan memelihara legitimasi pemerintah. Melalui komunikasi yang efektif, pemerintah dapat menjelaskan dan membenarkan kebijakan-kebijakan mereka kepada publik, yang pada gilirannya dapat meningkatkan dukungan dan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah. Komunikasi yang transparan dan akuntabel juga dapat membantu

mencegah misinformasi dan meningkatkan hubungan antara pemerintah dan warga negara (Norris, 2000).

Komunikasi politik juga memainkan peran penting dalam mengedukasi masyarakat tentang hak dan kewajiban mereka sebagai warga negara. Melalui kampanye publik dan program pendidikan, komunikasi politik dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya partisipasi politik dan bagaimana mereka dapat terlibat dalam proses demokrasi. Hal ini tidak hanya meningkatkan partisipasi pemilih tetapi juga memperkuat demokrasi secara keseluruhan (Delli Carpini & Keeter, 1996).

Dalam konteks kampanye politik, komunikasi politik berfungsi sebagai alat untuk menggalang dukungan dan membangun citra positif bagi kandidat atau partai politik. Kandidat dan partai politik menggunakan berbagai strategi komunikasi, termasuk pidato, debat, iklan, dan media sosial, untuk menyampaikan pesan mereka dan membujuk pemilih. Keberhasilan dalam komunikasi politik dapat berarti perbedaan antara kemenangan dan kekalahan dalam pemilihan umum (Graber, 2003).

Selain itu, komunikasi politik juga berperan dalam proses kebijakan publik. Komunikasi yang efektif antara pemerintah, lembaga legislatif, dan masyarakat dapat memastikan bahwa kebijakan yang diusulkan dan diimplementasikan mencerminkan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Ini mencakup konsultasi publik, dengar pendapat,

dan komunikasi dua arah yang memungkinkan warga negara untuk memberikan masukan dan mempengaruhi keputusan kebijakan (Kingdon, 2003).

Dalam era digital, peran komunikasi politik telah berkembang dengan pesat. Media sosial dan platform digital lainnya memungkinkan komunikasi yang lebih cepat dan lebih luas antara politisi dan masyarakat. Hal ini membuka peluang baru untuk keterlibatan politik dan partisipasi masyarakat, tetapi juga menimbulkan tantangan baru seperti penyebaran hoaks dan disinformasi. Oleh karena itu, literasi digital dan etika komunikasi menjadi semakin penting dalam konteks komunikasi politik modern (Chadwick, 2013).

Komunikasi politik juga berperan dalam menjaga stabilitas dan kohesi sosial. Dalam situasi krisis atau konflik, komunikasi yang efektif dapat membantu menenangkan ketegangan dan mempromosikan dialog yang konstruktif. Pemerintah dan pemimpin politik dapat menggunakan komunikasi untuk menyampaikan informasi yang jelas dan akurat, meredakan ketakutan publik, dan membangun solidaritas sosial. Ini sangat penting dalam menjaga perdamaian dan mencegah eskalasi konflik (Entman, 2004).

Dalam demokrasi, komunikasi politik juga memungkinkan akuntabilitas dan transparansi. Media massa berperan sebagai pengawas pemerintah dan lembaga politik, mengungkapkan korupsi dan penyalahgunaan kekuasaan, serta memastikan bahwa pejabat publik bertanggung jawab

atas tindakan mereka. Investigasi jurnalistik dan pelaporan yang mendalam dapat mengungkap fakta-fakta penting yang mungkin tersembunyi dari pandangan publik, sehingga mendorong akuntabilitas dalam pemerintahan (Schudson, 2008).

Selain itu, komunikasi politik juga memainkan peran penting dalam membentuk opini publik dan membangun konsensus sosial. Melalui diskusi publik, debat, dan media massa, berbagai pandangan dan argumen dapat dikemukakan dan diperdebatkan, yang pada akhirnya dapat mengarah pada pembentukan opini publik yang lebih terinformasi dan seimbang. Ini penting dalam masyarakat yang pluralistik, di mana berbagai kepentingan dan perspektif harus diperhitungkan dalam proses pengambilan keputusan politik (Lippmann, 1922).

Komunikasi politik juga memiliki dampak signifikan terhadap budaya politik. Melalui proses komunikasi, nilai-nilai, norma, dan simbol politik disebarkan dan dipertahankan. Ini mencakup penggunaan retorika, narasi, dan simbol-simbol politik yang mencerminkan identitas nasional dan aspirasi kolektif suatu bangsa. Budaya politik yang kuat dan positif dapat memperkuat solidaritas nasional dan memperkuat dasar-dasar demokrasi (Almond & Verba, 1963).

Peran penting lainnya dari komunikasi politik adalah dalam memfasilitasi partisipasi politik yang inklusif dan representatif. Komunikasi yang inklusif dapat memastikan

bahwa suara dari berbagai kelompok masyarakat, termasuk kelompok minoritas dan yang terpinggirkan, didengar dan diperhitungkan dalam proses politik. Ini mencakup upaya untuk mengatasi hambatan bahasa, budaya, dan akses informasi yang mungkin menghalangi partisipasi politik yang setara (Verba et al., 1995).

Dalam konteks global, komunikasi politik juga memainkan peran penting dalam diplomasi dan hubungan internasional. Negara-negara menggunakan komunikasi politik untuk mempromosikan kebijakan luar negeri mereka, membangun aliansi, dan mengelola hubungan dengan negara lain. Diplomasi publik, misalnya, melibatkan upaya untuk membentuk opini publik internasional dan meningkatkan citra suatu negara di mata dunia. Ini mencakup penggunaan media internasional, program budaya, dan pertukaran akademik (Cull, 2009).

Secara keseluruhan, peran dan pentingnya komunikasi politik dalam masyarakat sangatlah luas dan multifaset. Dari membangun legitimasi pemerintah, mengedukasi masyarakat, hingga memfasilitasi partisipasi politik dan menjaga stabilitas sosial, komunikasi politik adalah elemen kunci dalam fungsi dan keberlanjutan demokrasi. Dengan memahami peran ini, kita dapat lebih menghargai dan memanfaatkan komunikasi politik sebagai alat untuk memperkuat demokrasi dan memajukan kepentingan publik (McQuail, 2010).

1.4 Ruang Lingkup dan Fokus Kajian

Komunikasi politik adalah bidang studi yang luas dan kompleks yang mencakup berbagai aspek komunikasi dalam konteks politik. Ruang lingkup kajian komunikasi politik meliputi analisis tentang bagaimana pesan-pesan politik dibuat, disebarkan, dan diterima oleh masyarakat. Hal ini mencakup berbagai media dan platform komunikasi, termasuk media massa tradisional, media digital, dan media sosial, serta strategi komunikasi yang digunakan oleh aktor politik untuk mempengaruhi opini publik dan perilaku politik (McNair, 2011).

Salah satu fokus utama dalam kajian komunikasi politik adalah analisis terhadap kampanye politik dan pemilihan umum. Penelitian di bidang ini sering kali mencakup studi tentang strategi kampanye, penggunaan iklan politik, debat kandidat, dan peran media dalam membentuk opini pemilih. Kampanye politik merupakan salah satu arena utama di mana komunikasi politik berlangsung secara intensif, dan keberhasilan kampanye sering kali bergantung pada efektivitas strategi komunikasi yang digunakan (Kaid & Holtz-Bacha, 2006).

Selain kampanye politik, kajian komunikasi politik juga mencakup analisis terhadap komunikasi pemerintah. Ini melibatkan studi tentang bagaimana pemerintah menyampaikan informasi kepada publik, termasuk komunikasi krisis, propaganda, dan hubungan media.

Komunikasi pemerintah yang efektif dapat meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan kepercayaan publik terhadap institusi pemerintah. Sebaliknya, komunikasi yang buruk dapat menyebabkan ketidakpercayaan, ketidakpuasan, dan krisis legitimasi (Graber, 2003).

Komunikasi politik juga mempelajari peran media massa dalam politik. Media memiliki kekuatan besar dalam membentuk agenda politik dan opini publik melalui seleksi, penekanan, dan penyajian berita. Teori agenda-setting dan framing sering digunakan untuk menganalisis bagaimana media mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap isu-isu politik. Media juga berperan sebagai pengawas (watchdog) yang memantau tindakan pemerintah dan pejabat publik, serta mengungkapkan korupsi dan penyalahgunaan kekuasaan (McCombs & Shaw, 1972).

Dalam konteks media digital, kajian komunikasi politik semakin relevan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Media sosial, blog, dan platform digital lainnya memberikan ruang baru bagi komunikasi politik, di mana politisi dan masyarakat dapat berinteraksi secara langsung. Penelitian di bidang ini mencakup analisis tentang bagaimana media digital digunakan dalam kampanye politik, mobilisasi massa, dan pembentukan komunitas politik online. Media digital juga memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, namun juga menimbulkan tantangan seperti disinformasi dan hoaks (Chadwick, 2013).

Kajian komunikasi politik juga mencakup studi tentang komunikasi antar aktor politik, seperti partai politik, kandidat, dan kelompok kepentingan. Komunikasi internal dalam organisasi politik penting untuk koordinasi strategi dan penyelarasan pesan. Selain itu, komunikasi antara aktor politik dan pemilih merupakan kunci dalam membangun dukungan dan legitimasi politik. Penelitian ini sering kali mencakup analisis retorika, pidato politik, dan penggunaan simbol-simbol politik (Nimmo, 2000).

Fokus lain dalam kajian komunikasi politik adalah analisis terhadap opini publik dan perilaku politik. Ini melibatkan studi tentang bagaimana informasi politik diterima, diproses, dan diinterpretasikan oleh masyarakat. Teori-teori seperti teori dua tahap aliran komunikasi (two-step flow theory) dan teori penggunaan dan kepuasan (uses and gratifications theory) sering digunakan untuk memahami bagaimana individu mendapatkan informasi politik dan bagaimana informasi tersebut mempengaruhi sikap dan tindakan mereka (Katz & Lazarsfeld, 1955).

Komunikasi politik juga mencakup kajian tentang hubungan internasional dan diplomasi publik. Dalam konteks global, komunikasi politik berperan dalam membentuk citra negara, mempengaruhi opini publik internasional, dan membangun hubungan diplomatik. Diplomasi publik melibatkan penggunaan media dan komunikasi strategis untuk mempromosikan kepentingan nasional dan membangun

aliansi internasional. Kajian ini sering kali mencakup analisis tentang propaganda, soft power, dan penggunaan media global (Nye, 2004).

Dalam kajian komunikasi politik, metodologi penelitian yang digunakan sangat beragam, termasuk metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif seperti analisis wacana, studi kasus, dan wawancara mendalam sering digunakan untuk memahami konteks dan makna komunikasi politik. Sementara itu, metode kuantitatif seperti survei, eksperimen, dan analisis konten digunakan untuk mengukur dan menguji hubungan antara variabel-variabel komunikasi politik. Kombinasi dari kedua metode ini sering digunakan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang fenomena komunikasi politik (Berger, 2014).

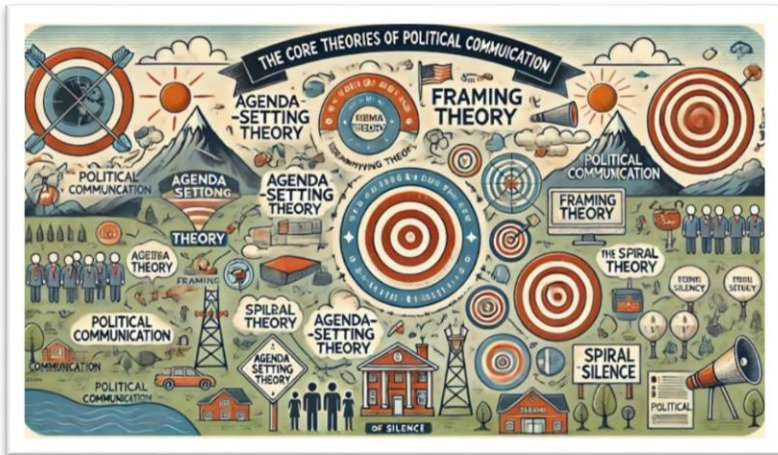
Ruang lingkup kajian komunikasi politik juga mencakup aspek etika dan regulasi. Etika dalam komunikasi politik melibatkan isu-isu seperti kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab dalam menyampaikan informasi politik. Regulasi media dan komunikasi politik juga penting untuk memastikan bahwa proses komunikasi politik berlangsung secara adil dan demokratis. Penelitian di bidang ini sering kali mencakup analisis tentang undang-undang media, kebijakan komunikasi, dan praktek-praktek regulasi di berbagai negara (Thompson, 2000).

Secara keseluruhan, komunikasi politik adalah bidang studi yang dinamis dan multidisipliner yang mencakup

berbagai aspek komunikasi dalam konteks politik. Dengan memahami ruang lingkup dan fokus kajian komunikasi politik, kita dapat lebih menghargai kompleksitas dan pentingnya komunikasi dalam proses politik. Kajian ini tidak hanya relevan bagi akademisi dan praktisi politik, tetapi juga bagi masyarakat umum yang ingin memahami dan terlibat dalam proses demokrasi secara lebih efektif (McQuail, 2010).

BAB 2

TEORI DAN KONSEP DASAR KOMUNIKASI POLITIK



Gambar 2. Ilustrasi Teori dan Konsep Dasar Komunikasi Politik

2.1 Teori Komunikasi Politik

Teori komunikasi politik adalah bidang studi yang berusaha memahami dan menjelaskan bagaimana komunikasi mempengaruhi proses politik dan sebaliknya. Ini melibatkan analisis tentang bagaimana pesan politik dibuat, disebarkan, diterima, dan diinterpretasikan oleh masyarakat. Salah satu teori dasar dalam komunikasi politik adalah teori agenda-setting yang dikembangkan oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw pada tahun 1972. Teori ini menyatakan bahwa media massa memiliki kemampuan untuk menentukan isu-isu apa yang dianggap penting oleh publik dengan cara menyoroti

dan menekankan isu-isu tertentu dalam pemberitaan mereka (McCombs & Shaw, 1972).

Selain teori agenda-setting, teori framing juga merupakan teori penting dalam komunikasi politik. Teori ini menjelaskan bagaimana cara penyajian informasi atau "bingkai" dapat mempengaruhi interpretasi dan pemahaman audiens terhadap isu-isu politik. Menurut Erving Goffman, framing adalah cara mengorganisasi pengalaman dan memberikan makna pada peristiwa-peristiwa sosial. Dalam konteks komunikasi politik, framing dapat digunakan oleh politisi dan media untuk membentuk narasi tertentu dan mempengaruhi persepsi publik terhadap isu-isu atau kebijakan politik (Goffman, 1974).

Teori spiral of silence, yang dikembangkan oleh Elisabeth Noelle-Neumann, juga relevan dalam studi komunikasi politik. Teori ini menyatakan bahwa individu cenderung untuk diam atau menyembunyikan pendapat mereka jika mereka merasa pendapat tersebut berbeda dengan pandangan mayoritas. Hal ini terjadi karena takut akan isolasi sosial. Dalam konteks politik, teori spiral of silence menjelaskan bagaimana opini publik dapat dibentuk dan dipengaruhi oleh persepsi individu tentang opini mayoritas yang disebarluaskan melalui media (Noelle-Neumann, 1974).

Teori penggunaan dan kepuasan (uses and gratifications theory) adalah teori lain yang penting dalam komunikasi politik. Teori ini berfokus pada bagaimana

individu menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan mendapatkan kepuasan tertentu. Dalam konteks komunikasi politik, teori ini menjelaskan bagaimana pemilih menggunakan media untuk mencari informasi politik, membentuk opini, dan membuat keputusan politik. Teori ini menekankan peran aktif audiens dalam memilih dan menginterpretasikan konten media (Blumler & Katz, 1974).

Teori dua tahap aliran komunikasi (two-step flow of communication theory) yang dikembangkan oleh Paul Lazarsfeld dan Elihu Katz juga sangat berpengaruh dalam komunikasi politik. Teori ini menyatakan bahwa informasi dari media massa tidak langsung mempengaruhi audiens secara luas, tetapi melalui "opinion leaders" atau pemimpin opini yang kemudian menyebarkan informasi tersebut kepada orang-orang di sekitar mereka. Dalam konteks politik, pemimpin opini dapat berupa tokoh masyarakat, politisi, atau influencer yang memiliki pengaruh signifikan terhadap pandangan dan perilaku politik orang lain (Katz & Lazarsfeld, 1955).

Teori kultivasi (cultivation theory) yang dikembangkan oleh George Gerbner berfokus pada efek jangka panjang dari paparan media terhadap persepsi realitas sosial. Teori ini berpendapat bahwa individu yang sering terpapar pada media tertentu, seperti televisi, cenderung mengembangkan pandangan yang sejalan dengan realitas yang digambarkan oleh media tersebut. Dalam konteks

komunikasi politik, teori ini dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana media membentuk persepsi masyarakat terhadap isu-isu politik dan kandidat politik (Gerbner, 1998).

Teori critical political economy, yang berasal dari tradisi pemikiran kritis, menekankan pentingnya memahami hubungan antara media, ekonomi, dan kekuasaan politik. Teori ini berargumen bahwa media tidak dapat dipisahkan dari struktur ekonomi dan politik yang lebih luas. Dalam konteks komunikasi politik, teori ini mengkritisi bagaimana kepemilikan media dan kontrol ekonomi dapat mempengaruhi representasi politik dan wacana publik, serta bagaimana media dapat digunakan untuk mempertahankan kepentingan kekuasaan dominan (Mosco, 1996).

Teori komunikasi politik juga mencakup analisis terhadap retorika dan wacana politik. Retorika politik adalah seni dan ilmu persuasi dalam konteks politik. Analisis retorika melibatkan studi tentang bagaimana politisi menggunakan bahasa, simbol, dan narasi untuk membangun argumen, membujuk audiens, dan membentuk opini publik. Dalam konteks ini, wacana politik juga penting karena melibatkan analisis tentang bagaimana bahasa digunakan untuk membentuk realitas politik dan mempengaruhi persepsi masyarakat (Charteris-Black, 2011).

Teori public sphere yang dikembangkan oleh Jürgen Habermas juga sangat relevan dalam studi komunikasi politik.

Teori ini menekankan pentingnya ruang publik sebagai arena di mana diskusi dan debat publik tentang isu-isu politik dapat terjadi secara bebas dan terbuka. Habermas berargumen bahwa ruang publik yang sehat dan inklusif adalah fundamental bagi demokrasi karena memungkinkan warga negara untuk berpartisipasi dalam proses politik dan membentuk opini publik yang terinformasi (Habermas, 1989).

Teori digital democracy adalah salah satu perkembangan terbaru dalam studi komunikasi politik yang berfokus pada dampak teknologi digital terhadap proses demokratis. Teori ini mengeksplorasi bagaimana internet dan media sosial dapat digunakan untuk memperluas partisipasi politik, meningkatkan transparansi, dan memperkuat akuntabilitas. Namun, teori ini juga mengakui tantangan dan risiko yang muncul, seperti penyebaran disinformasi, polarisasi politik, dan pengawasan digital (Dahlgren, 2005).

Secara keseluruhan, teori komunikasi politik menyediakan kerangka kerja yang berharga untuk memahami dinamika kompleks antara komunikasi dan politik. Dengan memanfaatkan berbagai teori ini, peneliti dan praktisi dapat menganalisis bagaimana pesan politik dibentuk, disebarkan, dan diinterpretasikan, serta dampaknya terhadap perilaku politik dan proses demokratis. Teori-teori ini tidak hanya memberikan wawasan tentang cara kerja komunikasi politik, tetapi juga membantu dalam merancang strategi komunikasi