

## BAB II

### KAJIAN DAN KERANGKA TEORI

#### A. Kajian Teori

Teori (*theory*) adalah sebuah sistem konsep abstrak yang mengindikasikan adanya hubungan di antara konsep-konsep tersebut yang membantu kita memahami sebuah fenomena. Stephen LittleJohn dan Karen Foss menyatakan bahwa sistem yang abstrak ini di dapatkan dari pengamatan yang sistematis. Jonathan H. Turner mendefinisikan teori sebagai sebuah proses mengembangkan ide-ide yang membantu kita menjelaskan bagaimana dan mengapa suatu peristiwa dapat terjadi. Definisi ini berfokus pada sifat dasar dari pemikiran teoritis tanpa menjelaskan dengan terperinci apa hasil yang mungkin muncul dari pemikiran ini.<sup>10</sup>

Bahar, menyatakan bahwa posisi teori pada pendekatan kualitatif harus diletakkan sesuai dengan maksud penelitian yang dikerjakan. Pertama, untuk penelitian yang bermaksud menemukan teori dari dasar, paling tidak ada tiga aspek fungsi teori yang dapat dimanfaatkan:

- a. Konsep-konsep yang ditemukan pada teori terdahulu dapat "dipinjam" sementara (sampai ditemukan konsep yang sebenarnya dari kancah) untuk merumuskan masalah, membangun kerangka berpikir, dan menyusun bahan wawancara;
- b. Ketika peneliti sudah menemukan kategori-kategori dari data yang dikumpulkan, ia perlu memeriksa apakah sistem kategori serupa telah ada sebelumnya. Jika ya, maka peneliti perlu memahami tentang apa saja yang dikatakan oleh peneliti lain tentang kategori tersebut. Hal ini dilakukan hanya untuk perbandingan saja, bukan untuk mengikutinya; dan
- c. Proposisi teoritik yang ditemukan dalam penelitian kualitatif (yang memiliki hubungan dengan teori yang sudah dikenal) merupakan sumbangan baru untuk memperluas teori yang sudah ada. Demikian pula, jika ternyata teori

<sup>10</sup> Richard West & Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2014), 49.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang ditemukan identik dengan teori yang sudah ada, maka teori yang ada dapat dijadikan sebagai pengabsahan dari temuan baru itu.

Untuk penelitian yang bermaksud memperluas teori yang sudah ada, teori tersebut bermanfaat bagi peneliti pada tiga hal berikut:

- a. Penelitian dapat dimulai dari teori terdahulu tersebut dengan merujuk kerangka umum teori itu. Dengan kata lain, kerangka teoritik yang sudah ada bisa digunakan untuk menginterpretasi dan mendekati data. Namun demikian, penelitian yang sekarang harus dikembangkan secara tersendiri dan terlepas dari teori sebelumnya. Dengan demikian, penelitian dapat dengan bebas memilih data yang dikumpulkan, sehingga memungkinkan teori awalnya dapat diubah, ditambah, atau dimodifikasi.
- b. Teori yang sudah ada dapat dimanfaatkan untuk menyusun sejumlah pertanyaan atau menjadi pedoman dalam pengamatan/wawancara untuk mengumpul data awal.
- c. Jika temuan penelitian sekarang berbeda dari teori yang sudah ada, maka peneliti dapat menjelaskan bagaimana dan mengapa temuannya berbeda dengan teori yang ada.

Kajian teori adalah gambaran terhadap seperangkat kumpulan konsep/konstruk, definisi dan proposisi yang terkait secara sistematis untuk menjelaskan dan memprediksi tentang fenomena/gejala.<sup>11</sup>

Kajian teori memuat teori-teori dengan tujuan memudahkan dalam menjawab permasalahan secara teoritis dan dengan kajian teori inilah konsep operasional dirumuskan untuk memudahkan pelaksanaan penelitian.

### 1. Strategi

Siagian menyatakan bahwa strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut. Pengertian strategi lainnya seperti yang di utarakan Craig & Grant, strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah

<sup>11</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2011), 65.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan.

Menurut Henry Mintzberg, seorang ahli bisnis dan manajemen, bahwa pengertian strategi terbagi atas 5 definisi yaitu strategi sebagai rencana (*plan*), strategi sebagai pola (*pattern*), strategi sebagai posisi (*positions*), strategi sebagai taktik (*ploy*), strategi sebagai perspektif (*perspective*).

- a. Strategi sebagai rencana adalah sebuah program atau langkah terencana (*a directed course of action*) untuk mencapai serangkaian tujuan atau cita cita yang telah di tentukan, sama halnya dengan konsep strategi perencanaan.
- b. Strategi sebagai pola adalah sebuah pola perilaku masalah yang konsisten, dengan menggunakan strategi yang merupakan kesadaran daripada menggunakan yang terencana atau diniatkan. Hal yang merupakan pola berbeda dengan berniat atau bermaksud maka strategi sebaagi pola lebih mengacu pada sesuatu yang muncul begitu saja (*emergent*).
- c. Strategi sebagai posisi adalah menentukan merek, produk ataupun perusahaan dalam pasar, berdasarkan kerangka konseptual para konsumen atau pun para penentu kebijakan, sebuah strategi utamanya ditentukan oleh faktor-faktor eksternal.
- d. Strategi sebagai taktik merupakan sebuah manuver spesifik untuk mengelabui atau mengecoh lawan (*competitor*).
- e. Strategi sebagai perspektif adalah mengeksekusi strategi berdasarkan teori yang ada ataupun menggunakan insting alami dari isi kepala atau cara berpikir ataupun ideologis.

## 2. Komunikasi Politik

Para ahli komunikasi mendefinisikan proses komunikasi sebagai “*knowing what he want to communicate and knowing how he should deliver his message to give it the deepest penetration possible in to the minds of his audience.*” Definisi tersebut mengindikasikan bahwa karakter komunikator selalu berusaha meraih keberhasilan semaksimal mungkin dalam menyampaikan pesan “*the deepest penetration possible.*” Artinya pengertian komunikasi bersumber dari gagasan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

komunikator yang ingin disampaikan pihak penerima dengan segala daya dan usaha, bahkan tipu daya agar pihak penerima mengena, memahami dan menerima lewat pesan-pesan yang disampaikan.<sup>12</sup>

Politik adalah suatu disiplin ilmu pengetahuan yang berdiri sendiri, politik juga seni, karena sudah berapa banyak kita melihat para politikus yang tanpa pendidikan ilmu politik, tetapi mampu berkiat dalam hal politik karena memiliki bakat yang dibawa sejak lahir dari naluri sanubarinya sebagai seniman politik, sehingga dengan karismatik menjalankan roda politik praktis.

Politik juga dapat dikatakan sebagai ilmu karena merupakan pengetahuan yang memiliki objek, subjek, metodologi, sistem, terminologi, ciri, teori yang khas dan spesifik serta diterima secara universal diseluruh dunia, disamping dapat diajarkan dan dipelajari oleh orang banyak.<sup>13</sup>

Pengertian Komunikasi Politik Menurut Nimmo, Politik berasal dari kata polis yang berarti negara, kota, yaitu secara totalitas merupakan kesatuan antara negara (kota) dan masyarakatnya. Kata polis ini berkembang menjadi *politicos* yang artinya kewarganegaraan. Dari kata *politicos* menjadi *politera* yang berarti hak hak kewarganegaraan.

Komunikasi Politik merupakan sebuah aktivitas komunikasi, baik verbal maupun non verbal, yang memiliki muatan-muatan politik. Menurut Melvin L. Defleur, kita dapat membaca sebuah aktivitas komunikasi kaitannya dengan politik dengan model transaksional simultan. Dengan karakternya yang nonlinear, model ini sekurang-kurangnya menggambarkan tiga faktor yang berpengaruh dalam proses komunikasi politik. *Pertama*, lingkungan fisik, yakni lingkungan tempat komunikasi itu berlangsung dengan menekankan pada aspek *what* dan *how* pesan-pesan komunikasi itu di pertukarkan. *Kedua*, situasi sosiokultural, yakni komunikasi merupakan bagian dari situasi sosial yang didalamnya terkandung makna kultural tertentu. *Ketiga*, hubungan sosial, yakni status hubungan antar pelaku komunikasi sangat berpengaruh, baik terhadap isi pesan itu

<sup>12</sup> Roni Tabroni, *Komunikasi Politik Pada Era Multimedia*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012), 4.

<sup>13</sup> Inu Kencana Syafie, *Ilmu Politik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), 10.



sendiri maupun terhadap proses bagaimana pesan-pesan itu dikirim dan diterima.<sup>14</sup>

Menurut Harsono Suwardi, dalam arti sempit komunikasi politik adalah setiap bentuk penyampaian pesan, baik dalam bentuk lambang-lambang maupun dalam bentuk kata-kata tertulis atau terucapkan ataupun dalam bentuk isyarat yang mempengaruhi kedudukan seseorang yang ada dalam suatu struktur kekuasaan tertentu. Sedangkan dalam arti luas, komunikasi politik adalah setiap jenis penyampaian pesan, khususnya yang bermuatan info politik dari suatu sumber kepada sejumlah penerima pesan.<sup>15</sup>

#### a. Paradigma Komunikasi Politik

Fenomena komunikasi politik tidak berbeda dengan fenomena komunikasi dan fenomena politik. Orang melukiskan, baik komunikasi maupun politik sebagai serbahadir (*ubiquitous*). Artinya, komunikasi dan politik itu berada di manapun dan kapanpun juga. Memang komunikasi dan politik itu merupakan sesuatu yang serbahadir. Setiap orang berkomunikasi dan berpolitik. Komunikasi politik dapat diterangkan berdasarkan empat perspektif atau paradigma sebagaimana perspektif yang dikemukakan oleh B. Aubrey Fisher.<sup>16</sup>

##### 1) Paradigma Mekanistik

Model mekanistik dalam komunikasi dan komunikasi politik adalah model yang paling lama dan paling banyak dianut sampai sekarang. Paradigma ini adalah paradigma yang paling tua dan tunduk di bawah dominasi ilmu fisika.

Doktrin mekanisme yang diwarnai oleh cara berpikir kausal atau determinis sangat mudah dipahami, terutama dalam merumuskan komunikasi sebagai proses. Berdasarkan doktrin itulah komunikasi dikonseptualisasi sebagai proses mekanis di antara manusia. Sebagai proses yang mekanis, dalam komunikasi terdapat sesuatu (pesan) mengalir melintasi ruang dan waktu dari satu titik

<sup>14</sup> Roni Tabroni, *Op.Cit*, 16.

<sup>15</sup> Lely Arriane, *Komunikasi Politik:Politisi dan Pencitraan di Panggung Politik*, (Bandung: Widya Padjadjaran, 2010), 16.

<sup>16</sup> Anwar Arifin, *Komunikasi Politik Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 89.



(sumber/penerima) kepada titik yang lain (sumber/penerima) secara simultan. Eksistensi empiriknya (lokusnya) terletak atau berada pada saluran.

Penerapan mekanisme dalam kajian komunikasi politik akan dengan mudah dilakukan. Secara mekanistik, dengan mudah Dan Nimmo menjabarkan formula Lasswell, bahwa dalam komunikasi politik terdapat unsur-unsur yang banyak dikenal, yaitu komunikator politik, pesan politik, media politik, khalayak politik dan efek politik. Model seperti itu sangat mendominasi kajian komunikasi politik, baik yang dikembangkan dalam ilmu politik maupun dalam kajian ilmu komunikasi.

Efek politik telah menjadi pusat kajian komunikasi politik dalam paradigma mekanistik. Doktrin mekanisme juga mengajarkan bahwa selain efek itu bisa diramalkan, juga bisa diciptakan (direayasa), dengan menghilangkan kendala atau rintangan yang mungkin terjadi melalui suatu perencanaan pada awal. Mengetahui masa kini, orang bisa meramalkan masa yang akan datang, adalah merupakan doktrin mekanisme yang sudah diketahui secara luas.

## 2) Paradigma Psikologis

Dalam paradigma psikologis, komunikasi dikonseptualisasi sebagai penerimaan dan pengolahan informasi pada diri individu. Perspektif yang dipengaruhi secara sporadis (tidak mendalam sebagai mana pengaruh fisika terhadap perspektif mekanistik) oleh psikologi itu adalah mengadaptasikan konsep S-R (Stimulus-Respons) dalam komunikasi. Hal itu menimbulkan orientasi komunikasi yang berpusat pada diri individu (penerima).

Eksistensi empiriknya terletak pada diri individu penerima (komunikasi), yaitu pada kepala individu yang dinamakan “filter konseptual”. Filter konseptual dapat digambarkan sebagai: sikap, keyakinan, motif, dorongan, citra, konsep diri, tanggapan, dan persepsi, yang dapat menjadi penangkal atau penyerap dari semua rangsangan yang dapat menyentuh individu. Komunikasi dalam model psikologi merupakan masukan dan luaran stimuli yang ditambahkan dan diseleksi dari stimuli yang terdapat dalam lingkungan informasi.



Komponen komunikasi dalam paradigma psikologis adalah stimulus dan respon. Dasar konseptual model ini, ialah bahwa penerima adalah penyandi yang aktif atas stimuli terstruktur yang memengaruhi pesan dan salurannya.

### 3) Paradigma Interaksional

Dalam paradigma interaksional, menurut Fisher, komunikasi di konseptualisasi sebagai interaksi manusiawi pada masing-masing individu. Walaupun interaksi itu sering disamakan dengan komunikasi terutama komunikasi dua-arah, namun dalam paradigma ini, konsep itu tidak berlaku.

Karakteristik utama dari paradigma ini ialah penonjolan nilai individu di atas segala pengaruh yang lainnya karena manusia dalam dirinya memiliki esensi kebudayaan, saling berhubungan, serta masyarakat, dan buah pikiran. Setiap bentuk interaksi sosial dimulai dan berakhir dengan mempertimbangkan diri manusia. Itulah sebabnya perspektif ini, dipandang paling manusiawi di antara semua perspektif komunikasi yang ada.

Paradigma interaksional dalam komunikasi amat sering dinyatakan sebagai komunikasi dialogis atau komunikasi yang dipandang sebagai dialog. Unsur fundamental dalam dialog adalah melihat yang lain atau memandang pihak yang lain sehingga proses dasar dalam dialog ialah konsep pengambilan peran. Hal itu memungkinkan individu untuk menemukan dan mengembangkan diri melalui interaksi sosial karena didalamnya terkandung ikatan empatis, identifikasi diri, atau saling pengertian, eksistensi empirik komunikasi dalam paradigma interaksional ini ialah “pengambilan peran individu”.

Komponen komunikasi dalam model interkasional itu sangat berlainan dari model terdahulu, yaitu: peran, orientasi, kesearahan, konsep kultural, dan adaptasi. Paradigma interaksional yang memberi penekanan pada faktor manusiawi, sangat tepat dan relevan dalam komunikasi politik yang demokratis.

### 4) Paradigma Pragmatis

Dalam model pragmatis tindakan yang diamati, menurut Fisher adalah tindakan atau “perilaku yang berurutan” dalam “konteks waktu” dalam “sebuah sistem sosial”. Tindakan atau perilaku tersebut dapat berupa ucapan, tindakan, atau perilaku. Dalam pragmatis, berorientasi pada perilaku komunikator, adalah

dalam suatu sistem sosial. Dalam perspektif pragmatis, tindak dan perilaku bukanlah hasil atau efek dari proses komunikasi, melainkan tindak atau perilaku itu sendiri adalah sama, (komunikasi=perilaku atau tindakan).

Dalam banyak hal paradigma pragmatis itu memang mengingkari prinsip-prinsip utama mekanisme, psikologi dan interaksional. Pragmatika memang menyajikan alternatif paradigma yang sangat berbeda dengan ketiga paradigma yang terdahulu. Hal itu dapat dipahami karena perspektif pragmatis, memang didasarkan pada asumsi pokok dari teori sistem sosial dan teori informasi.

Dengan demikian, komponen pokok dalam perspektif pragmatis adalah: pola interaksi, fase, siklus, sistem, struktur dan fungsi. Sepanjang suatu periode waktu lama, pola interaksi dan fase-fasenya dapat saja berubah, mungkin sebagai akibat adanya perubahan lingkungan atau perubahan struktural dalam suatu sistem sosial. Namun, perbedaan konseptual antara interaksi, fase dan siklus tetap merupakan karakteristik dalam sistem komunikasi dalam perspektif pragmatis.

#### b. Teori Komunikasi Politik

Dari paradigma komunikasi politik yang telah dijelaskan, dapat diturun beberapa teori dasar, teori-teori yang telah lama di aplikasikan dalam kegiatan komunikasi politik. Pada dasarnya teori-teori tersebut berbeda satu dengan yang lainnya karena memang bersumber dari paradigma yang berbeda. Berdasarkan keempat paradigma yang telah diuraikan, dapat dikemukakan empat teori dasar yang digunakan dalam aplikasi komunikasi politik, yaitu:<sup>17</sup>

##### 1) Teori Khalayak Kepala Batu

Teori khalayak kepala batu itu dikembangkan oleh pakar psikologi, Raymond Bauer pada 1964. Fokus penelitian teori ini adalah komunikasi (khalayak). Para pakar terutama pakar psikologi maupun sosiologi mencurahkan perhatian kepada faktor individu. Mereka mengkaji faktor-faktor yang membuat individu mau menerima pesan-pesan komunikasi. Salah satu diantaranya adalah lahirnya teori atau model guna dan kepuasan (*uses and gratifications*).

<sup>17</sup> *Ibid*, 102.



*Uses and Gratifications* dikembangkan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch pada 1974. Model ini dibangun atas asumsi dasar bahwa manusia adalah makhluk yang sangat rasional dan sangat aktif, dinamis dan selektif terhadap semua pengaruh dari luar dirinya. Khalayak yang selektif itu akan memilih berdasarkan kegunaan dan untuk memenuhi kepuasan pribadinya.

Pada dasarnya kedua teori ini dimasukkan kedalam kelompok besar paradigma psikologis dari komunikasi politik. Meskipun individu menerima pesan karena kegunaan atau karena untuk memenuhi kepuasan dirinya berdasarkan perbedaan individu, kategori sosial, atau hubungan sosial, namun yang terpenting dalam paradigma psikologis ini ialah semua pesan politik itu diolah secara internal pada diri individu.

Proses berpikir dimulai dari rangsangan pesan politik dari luar, yang diterima individu melalui panca indera. Kemudian di teruskan ke otak dan timbullah pengamatan. Dengan pengamatan itu individu sadar bahwa ada pesan dari luar dirinya. Namun tidak semua yang diamati dapat menjadi perhatian, karena bisa saja tergeser oleh pandangan yang lain, oleh sebab itu diperlukan pengamatan yang fokus yang disebut perhatian.

Pesan politik yang mendapat perhatian tersebut diolah dengan alat-alat kerohanian (akal, budi, dan intuisi) sehingga dapat terjadi pengertian dan pengetahuan politik (kognitif). Hasil proses berpikir selanjutnya adalah keputusan politik (pembentuk pendapat) dan kesimpulan politik (sikap politik). Selanjutnya berpindah kepada aspek motorik, dengan melakukan tindakan politik atau perilaku politik sebagai manifestasi dari hasil olahan pikiran.

Dengan demikian setiap individu akan menyaring, menyeleksi, dan mengolah secara internal yang berasal dari luar dirinya, sebagai proses psikologi yang mendasar. Hal tersebut berkaitan dengan usia, jenis kelamin, pendidikan, pengalaman empiric seseorang dan hubungan sosial.

Teori khalayak kepala batu ini sangat penting menjadi kerangka acuan dalam melaksanakan komunikasi politik di negara demokrasi. Itulah sebabnya dinegara demokrasi kegiatan *public relations* itu tumbuh dan berkembang.



## 2) Teori Empati dan Teori Hemofili

Persuasif yang positif berkaitan juga dengan teori empati dan teori homofili. Teori empati yang dikembangkan oleh Berlo dan Daniel Learner, teori homofili yang di perkenalkan oleh Everett M. Rogers dan F. Shoemaker. Teori ini merupakan penjabaran dari paradigma interaksional.

Secara sederhana, empati adalah kemampuan menempatkan diri pada situasi dan kondisi orang lain. Menurut Daniel Learner, empati adalah kesanggupan seseorang melihat diri sendiri kedalam situasi orang lain dan kemudian melakukan penyesuaian. Dalam hal ini, individu harus memiliki kepribadian mobil, yaitu kepribadian yang mudah bergerak dan menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi orang lain.

Istilah homofili berasal dari Yunani yaitu *homonios* yang berarti sama. Jadi homofili berarti komunikasi dengan orang yang sama, yaitu derajat orang yang berkomunikasi memiliki kesamaan dalam beberapa hal. Homofili dapat digambarkan sebagai suasana dan kondisi kepribadian dan kondisi fisik dua orang yang berinteraksi karena memiliki kebersamaan usia, bahasa, pengetahuan, kepentingan, organisasi, partai, agama, suku bangsa, dan pakaian. Sulit sekali terjadi interaksi yang intensif jika dua orang yang berinteraksi bersifat heterofili, yaitu tidak memiliki kesamaan bahasa, pengetahuan dan kepentingan.’

Empati dan homofili akan menciptakan semua yang akrab dan intim sehingga komunikasi politik dapat berjalan secara interaksional. Dalam hal itu interaksi yang terjadi antara dua subjek yang selevel dan sederajat. Dalam komunikasi politik yang bersifat dialogis, tidak dikembangkan aku atau kamu, melainkan yang menonjol adalah kita.

## 3) Teori Informasi dan Teori Nonverbal

Dalam teori informasi menurut B. Aubrey Fisher, informasi diartikan sebagai pengelompokan peristiwa-peristiwa dengan fungsi dan tujuan untuk menghilangkan ketidakpastian. Informasi dapat disebut sebagai konsep yang absolut dan relatif karena informasi diartikan bukan pesan, melainkan jumlah, benda dan energi. Jika dikaitkan dengan teori relativitas ‘bertindak’ pun

merupakan sebuah informasi dalam arti sebuah kemungkinan alternatif yang dapat di prediksi berdasarkan pola peristiwa dari waktu ke waktu.

Lawrence dan Wilbur Schramm merumuskan bahwa informasi adalah setiap hal yang membantu kita menyusun atau menukar pandangan tentang kehidupan. Dengan singkat dapat dikatakan bahwa informasi adalah semua hal yang dapat dipakai dalam bertukar pengalaman. Jadi informasi dalam komunikasi politik dapat berarti: sikap politik dan pendapat politik, media politik, kostum partai politik, dan tamu kader partai politik.

Dapat dikatakan informasi dalam teori informasi pada hakikatnya adalah komunikasi politik yang bersifat nonverbal (tidak terucapkan). Mehrabian, memperkirakan bahwa ada sekitar 93% dampak komunikasi diakibatkan oleh pesan yang nonverbal. Sedangkan Birdwhistell mengatakan bahwa hanya sekitar 30-35% makna sosial percakapan atau interaksi sosial dilakukan dengan kata-kata yang terucapkan, sedangkan sisanya dilakukan dengan pesan nonverbal.

Komunikasi nonverbal, menurut Mark L. Knapp adalah 1) repetisi, yaitu mengulang kembali gagasan yang sudah disampaikan secara verbal, misalnya memuji sambil mengangkat jempol, 2) substitusi, yaitu menggantikan lambang-lambang verbal, misalnya menolak ucapan dengan menggelengkan kepala, 3) kontradiksi, yaitu memberi makna yang lain terhadap pesan verbal, misalnya bersalaman tetapi melihat ketempat lain, 4) komplemen, yaitu melengkapi atau memperkaya pesan verbal, misalnya bersorak sambil melomcat-lomcat, dan 5) aksentuasi, yaitu menegaskan kesan verbal, misalnya menegaskan tekad dengan mengepalkan tinju.

### c. Bentuk-Bentuk Komunikasi Politik

Terdapat beberapa bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh komunikator infrastruktur politik untuk mencapai tujuannya:<sup>18</sup>

- 1) Retorika. Berasal dari bahasa Yunani *-rhetorica* yang berarti seni berbicara.

<sup>18</sup> Mahi M. Hikmat, *Op.Cit*, 37.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Agitasi Politik. Berasal dari bahasa Latin, *agitare*. Artinya bergerak atau menggerakkan, dalam bahasa Inggris, *agitation*.
- 3) Propaganda. Berasal dari bahasa Latin, *propagare* (menanamkan tunas pada tanaman) yang pada awalnya sebagai bentuk kegiatan penyebaran agama Khatolik.
- 4) *Public Relations (PR) Politic*, suatu upaya alternatif dalam mengimbangi propaganda yang dianggap membahayakan kehidupan sosial politik.
- 5) Kampanye Politik. Bentuk komunikasi politik yang dilakukan orang atau kelompok dalam waktu tertentu untuk memperoleh atau memperkuat dukungan politik dari rakyat atau pemilih.
- 6) Lobi Politik. Istilah lobi sendiri sesungguhnya tempat para tamu menunggu untuk berbincang-bincang di hotel karena yang hadir para politikus yang berbincangan politik (*political lobbying*) terjadi dialog secara informal namun penting.
- 7) Lewat Media Massa. Menurut McLuhan, sebagai perluasan pancaindera manusia (*sense extension theory*) dan sebagai media pesan (*the medium in the message*) dalam hal ini pesan politik untuk mendapatkan pengaruh, kekuasaan-otoritas, membentuk dan mengubah opini publik atau dukungan serta citra politik, untuk khalayak yang lebih luas yang tidak terjangkau oleh bentuk komunikasi lain.

#### d. Tujuan Komunikasi Politik

Secara umum, tujuan komunikasi politik adalah penyampaian pesan-pesan politik dalam sebuah sitem politik tertentu oleh komunikator politik kepada komunikan politik. Namun para ilmuwan memberikan batasan yang eksplisit tentang tujuan komunikasi politik ini sebagai berikut:<sup>19</sup>

- 1) Citra Politik, menurut Dan Nimo citra politik terjalin melalui pikiran dan perasaan secara subjektif yang akan memberikan penilaian serta pemahaman terhadap peristiwa politik tertentu.

<sup>19</sup> *Ibid*, 39.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Pendapat Umum, menurut William Albig adalah hasil interaksi antara orang-orang dalam suatu kelompok.
- 3) Partisipasi Politik, Menurut Kevin R. Hardwick, partisipasi politik sebagai perhatian dari warga negara yang berupaya menyampaikan kepentingan-kepentingannya terhadap pejabat publik.
- 4) Sosialisasi Politik, menurut David Easton dan Jack Denis, sosialisasi politik sebagai suatu proses perkembangan seseorang untuk mendapat orientasi-orientasi politik dan pola-pola tingkah laku.
- 5) Pendidikan Politik, adalah usaha menanamkan, mengubah atau mempertahankan sistem nilai atau orientasi politik dalam mengaktifkan proses sikap, perilaku, sistem berpikir, serta pandangan seseorang atau kelompok, baik kader, simpatisan maupun masyarakat umum, yang dilakukan oleh politikus, profesional dan aktivis (sebagai komunikator politik) atau lembaga (organisasi) sebagai partai politik.
- 6) Rekrutmen Politik, suatu usaha untuk mengajak individu-individu masuk kedalam orientasi dan nilai politik yang pada akhirnya menjadikan anggota politik, baik sebagai simpatisan sampai menjadi kader politik dan pengurus organisasi politik

#### e. Komponen Komunikasi Politik

Terdapat tiga komponen pokok yang mendukung terjadinya proses komunikasi, yakni pemberi pesan (komunikator), pesan dan penerima pesan (komunikan). Dalam model klasik dari Aristoteles, ketiga komponen itu ditegaskan dengan istilah speaker (komunikator), message (pesan) dan listener (komunikan). Shannon dan Weaver mengistilahkan tiga kelompok pokok tersebut dengan information source (komunikator), message (pesan), dan receiver (komunikan).<sup>20</sup>

<sup>20</sup> *Ibid*, 41.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## f. Unsur Komunikasi Politik

Harold D. Lasswell, seorang ilmuwan politik Universitas Chicago mengajukan pertanyaan umum mengenai model komunikasi yaitu, *who says what to whom via which channels with what effects?*<sup>21</sup> Melalui model pertanyaan Lasswell ini, komunikasi politik dapat dimengerti sebagai proses penyampaian pesan politik oleh pemberi pesan (aktor politik), melalui saluran tertentu (media yang digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut), kepada penerima pesan (kepada aktor politik atau publik) kemudian bagaimana pesan itu menimbulkan pengaruh.<sup>22</sup> Kemudian dijabarkan melalui unsur-unsur komunikasi, sebagai berikut:

- 1) Komunikator Politik, sumber atau komunikator politik adalah mereka-mereka yang memberi informasi tentang hal-hal yang mengandung makna atau bobot politik, misalnya Presiden, Menteri, anggota DPR, MPR, KPU, Gubernur, Bupati/Walikota, DPRD, politisi, fungsionaris partai politik, fungsionaris Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), dan kelompok-kelompok penekan dalam masyarakat yang bisa memengaruhi jalannya pemerintahan.
- 2) Pesan Politik, ialah pernyataan yang disampaikan baik secara tertulis maupun tidak tertulis, baik secara verbal maupun non verbal, tersembunyi maupun terang-terangan, baik yang disadari maupun tidak disadari yang isinya mengandung bobot politik.
- 3) Saluran atau Media Politik, ialah alat atau sarana yang digunakan oleh para komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan politiknya.
- 4) Sasaran atau Target Politik, adalah anggota masyarakat yang diharapkan dapat memberi dukungan dalam bentuk pemberian suara (vote) kepada partai atau kandidat dalam pemilihan umum.

<sup>21</sup> Lynda Lee Kaid, *Handbook Of Political Communication Research*, (London: Lawrence Elbaum Associates, 2004), 16.

<sup>22</sup> Pawito, *Komunikasi Politik Media Massa dan Kampanye Pemilihan*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2009), 16.

5) Pengaruh atau Efek Komunikasi Politik, adalah terciptanya pemahaman terhadap sistem pemerintahan dan partai-partai politik, dimana nuansanya akan bermuara pada pemberian suara (vote) dalam pemilihan umum.<sup>23</sup>

g. Fungsi Komunikasi Politik

Fungsi komunikasi politik berdasarkan kombinasi McNair dan Goran Hedebro, berfungsi untuk:

- 1) Memberikan informasi kepada masyarakat terhadap usaha-usaha yang dilakukan lembaga politik maupun dalam hubungannya dengan pemerintah dan masyarakat.
- 2) Melakukan sosialisasi tentang kebijakan, program dan tujuan lembaga politik.
- 3) Memberi motivasi kepada politisi, fungsionaris, dan para pendukung partai.
- 4) Menjadi platform yang bisa menampung ide-ide masyarakat, sehingga menjadi bahan pembicaraan dalam bentuk opini publik.
- 5) Mendidik masyarakat dengan pemberian informasi, sosialisasi tentang cara-cara pemilihan umum dan penggunaan hak mereka sebagai pemberi suara.
- 6) Menjadi hiburan masyarakat sebagai pesta demokrasi dengan menampilkan para juru kampanye, artis dan para komentator atau pengamat politik.
- 7) Memupuk integrasi dengan mempertinggi rasa kebangsaan guna menghindari konflik dan ancaman berupa tindakan separatis yang mengancam persatuan nasional.
- 8) Menciptakan iklim perubahan dengan mengubah struktur kekuasaan melalui informasi untuk mencari dukungan masyarakat luas terhadap gerakan reformasi dan demokratisasi.
- 9) Meningkatkan aktivitas politik masyarakat melalui siaran berita, agenda setting, maupun komentar-komentar politik.
- 10) Menjadi *watchdog* atau anjing penjaga dalam membantu terciptanya *good governance* yang transparansi dan akuntabilitas.<sup>24</sup>

<sup>23</sup> Hafied Cangara, *Op.Cit*, 31.

<sup>24</sup> *Ibid*, 33.



### 3. Strategi Komunikasi Politik

Strategi komunikasi politik adalah rencana yang meliputi cara, teknik serta hubungan fungsional dari proses komunikasi kepada sebuah kegiatan untuk pencapaian suatu tujuan yang diinginkan. Dengan adanya penerapan strategi politik, kita dapat memberikan dukungan dan aspirasi yang dapat disalurkan atau malah sebaliknya. Dalam konteks pemerintah, strategi komunikasi politik digunakan untuk membuat dan menerapkan aturan-aturan khususnya di dalam proses pemilihan umum dengan cara meningkatkan kemampuan dan kesempatan bagi masyarakat untuk mengungkapkan aspirasi dan kepentingannya serta menyalurkan kebijakan-kebijakan sehingga wujud menciptakan sebuah komunikasi timbal balik antara suprastruktur dan infrastruktur politik dalam mempersiapkan sebuah pemilu.

Menurut Austin dan Pinkleton menjelaskan tentang bagaimana memulai sebuah strategi. Menurut keduanya, strategi dimulai dari merumuskan tujuan. Apa tujuan yang hendak diraih. Dalam politik tujuan yang hendak diraih pada umumnya adalah mendapat kepercayaan rakyat dengan memberikan suara kepadanya.<sup>25</sup>

Hakikat strategi dalam komunikasi politik adalah keseluruhan keputusan kondisional pada saat ini tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan politik pada masa depan.<sup>26</sup> Karena pada kenyataannya keberadaan pemimpin politik sangat dibutuhkan dalam setiap aktivitas kegiatan komunikasi politik. Setelah itu, langkah yang tepat bagi seorang komunikator politik untuk mencapai tujuan politik ke depan antara lain dengan merawat ketokohan yang telah melekat pada diri komunikator politik tersebut serta memantapkan kelembagaan politiknya. Menurut Ardial ketika komunikasi politik berlangsung, justru yang berpengaruh bukan saja pesan politik, melainkan terutama siapa tokoh politik (politikus) atau tokoh aktivis dan profesional dan dari lembaga mana yang

<sup>25</sup> Pujono, dkk, "Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Partai Golkar dalam Memenangkan Pemilihan Umum 2014 di Kabupaten Sragen" *Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 13, Nomor 3 (September - Desember 2015)*, 277.

<sup>26</sup> Ardin Ode Saeri, "Komunikasi Politik Kader Partai Dalam Pemilihan Ketua Dpd Partai Amanat Nasional Kabupaten Muna Barat", *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO Volume 2, Nomor.3, (2017)*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menyampaikan pesan politik itu. Dengan kata lain, ketokohan seorang komunikator politik dan lembaga politik yang mendukungnya sangat menentukan berhasil atau tidaknya komunikasi politik dalam mencapai sasaran dan tujuannya.

a) Ketokohan dan Kelembagaan

Ketokohan seorang pemimpin politik dan kemantapan lembaga politiknya dalam masyarakat memiliki pengaruh tersendiri dalam berkomunikasi politik. Ketokohan adalah orang yang memiliki kredibilitas, daya tarik, kekuasaan dan keahlian di mata rakyat. Citra positif dari seorang tokoh perlu dibangun dan dipelihara agar disegani dan dihormati masyarakat. Salah satu karakteristik komunikator yang dikemukakan oleh Aristoteles, yaitu *ethos* yang berkaitan dengan kredibilitas sumber. Aristoteles menyebut karakter komunikator ini sebagai *ethos* yang terdiri dari pikiran baik, akhlak yang baik dan maksud yang baik (*good sense, good moral character, good will*). Dengan demikian, ketokohan sama dengan *ethos* yaitu keahlian seorang komunikator atau kepercayaan masyarakat terhadap pemimpin politiknya.

Selanjutnya Rice dan Paisley juga menjelaskan aspek-aspek yang dibutuhkan sebagai seorang komunikator (sumber) antara lain *trustworthiness* (dapat dipercaya), *expertise/competence* (keahlian), *dynamism/attractiveness* (daya tarik fisik). Berdasarkan hasil penelitian, ketokohan kandidat ER dicitrakan sebagai sosok yang memiliki kriteria fisik dan non fisik. Kriteria fisik terdiri dari daya tarik, kharisma dan wibawa. Sedangkan kriteria non fisik terdiri dari kredibilitas, kapabilitas, komitmen, merakyat serta loyalitas. Kemudian dikatakan Wasesa bahwa strategi pencitraan yang dibangun oleh PR politik untuk dapat menciptakan perilaku masyarakat yang mendukung organisasi atau kandidat politik yang dicitrakan.

b) Menciptakan Kebersamaan

Menciptakan kebersamaan dapat dilakukan dengan memahami khalayak (publik), menyusun pesan, menetapkan metode dan memilih media. Rice dan Paisley mengatakan bahwa *source, message* dan *channel* merupakan elemen yang penting dalam sebuah strategi komunikasi.

Untuk menciptakan kebersamaan antara politikus dan khalayak (rakyat) adalah dengan cara mengenal khalayak dan menyusun pesan yang homofili. Suasana homofili yang harus diciptakan adalah persamaan bahasa (simbol komunikasi),

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

persamaan busana, persamaan kepentingan dengan khalayak, terutama mengenai pesan politik, metode dan media politik. Untuk menciptakan homofili dan melakukan empati melalui persamaan kepentingan tersebut, komunikator politik harus terlebih dahulu mengena, mengerti dan memahami daya tangkal dan daya serap khalayak, baik yang bersifat psikologis maupun yang bersifat sosio-kultural.

c) Membangun Konsensus

Membangun konsensus, baik diantara para pemimpin politik dalam suatu partai politik maupun antara para pemimpin politik dari partai politik yang berbeda. Terdapat dua hal yang harus diperhatikan dalam membangun konsensus antara lain seni berkompromi (negosiasi) dan kesediaan membuka diri. Pemimpin politik harus memiliki kemampuan berkompromi dalam melakukan lobi untuk mencari solusi dengan membangun konsensus, serta siap membuka diri sesuai dengan konsep diri yang ada pada tiap-tiap politikus yang berbeda pendapat.

Strategi komunikasi politik adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan saat ini, guna mencapai tujuan politik pada masa depan. Merawat ketokohan, memantapkan kelembagaan politik, menciptakan kebersamaan dan membangun konsensus merupakan keputusan strategis yang tepat bagi komunikator politik.<sup>27</sup>

## B. Kajian Terdahulu

Berikut adalah kajian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini adalah:

Penelitian yang dilakukan oleh Surahmadi dengan judul **“Strategi Pemenangan Politik Pasangan Idza-Narjo dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Brebes Periode 2012-2017.”**<sup>28</sup> Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi politik yang diterapkan pasangan Idza-Narjo dalam pemenangan pemilihan kepala daerah Kabupaten Brebes periode 2012-2017 dan strategi komunikasi politik yang diterapkan pasangan Idza-Narjo dalam pemilihan kepala daerah Kabupaten Brebes Periode 2012-2017. Penelitian ini

<sup>27</sup> Anwar Arifin, *Op.Cit*, 235.

<sup>28</sup> Surahmadi, “Strategi Pemenangan Politik Pasangan Idza-Narjo dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Brebes Periode 2012-2017”, *Jurnal Politika*, Volume 7, Nomor 2, (Oktober 2016).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan kualitatif, dimana hasil penelitian ini tidak dimaksudkan untuk mencari generalisasi yang luas, karena temuan tergantung pada interaksi peneliti dan subjek penelitian. Teknik pengumpulan data mengutamakan penggunaan data langsung (*first hand*) yang diperoleh dari beberapa narasumber melalui wawancara mendalam (*depth interview*). Hasil penelitian yang diperoleh yaitu strategi politik yang meliputi beberapa tahapan yang dilakukan PDI Perjuangan dalam merangkul partai lain, membuat visi dan misi pemenangan, membuat program dan strategi pembangunan, membentuk tim sukses yang solid, membentuk struktur tim kampanye, membentuk tim sukses relawan, dan konsultan politik sebagai lembaga yang dapat memberikan saran dan rekomendasi. Kemudian strategi komunikasi politik yang terdiri dari ketokohan dan kelembagaan yang meliputi, merawat ketokohan dan memantapkan kelembagaan, selanjutnya menciptakan kebersamaan yang meliputi, memahami khalayak, menyusun pesan persuasif, menetapkan metode, serta memilih dan memilih media. Selanjutnya membangun konsensus yang meliputi, seni berkompromi dan bersedia membuka diri.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Anwar dengan judul **“Strategi Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera Dalam Meningkatkan Elektabilitas Pada Pilkada 2015 Di Kota Samarinda.”**<sup>29</sup> Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektifitas strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh partai keadilan sejahtera. Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif, dimana penelitian ini bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki, tanpa suatu maksud mengambil kesimpulan yang berlaku umum. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh Partai Keadilan Sejahtera dalam meningkatkan elektabilitas masyarakat di kota samarinda ini sudah berjalan secara maksimal tetapi itu semua harus didasari oleh

<sup>29</sup> Muhammad Anwar, “Strategi Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera Dalam Meningkatkan Elektabilitas Pada Pilkada 2015 Di Kota Samarinda”, *eJournal Ilmu Komunikasi*, Volume 3, Nomor 3, (2015), 427-441.



pemahaman dan keyakinan masyarakat itu sendiri juga. Strategi komunikasi telah dilakukan oleh partai keadilan sejahtera dengan melakukan berbagai kegiatan untuk meningkatkan elektabilitas masyarakat dan penyiaran pesan melalui media yang berupa ajakan seperti radio, televisi, surat kabar. Semua program tersebut dilakukan bertujuan untuk mengajak masyarakat berperan aktif dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Partai Keadilan Sejahtera.

Penelitian yang dilakukan oleh Debie Pratama Saputra dengan judul **“Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Dari Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) Menuju Pemilu 2014 Di Kabupaten Kubar.”**<sup>30</sup> Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategikomunikasi politik calon legislatif dari partai PKB menuju pemilu 2014 diKabupaten Kutai Barat.Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan teori SMCR, source-message-channel-receiver menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik yang di lakukan oleh Partai Kebangkitan Bangsa menuju pemilu 2014 ditinjau dari fokus penelitian untukmenghindarkan kegagalan dalam melaksanakan tugasnya memperoleh hasilyang diharapkan. Berdasarkan hasil penelitian dari data yang ada, strategi komunikasi politik yang digunakan calon legislatif PKB Kabupaten Kutai Barat menuju pemilu 2014, Partai Kebangkitan Bangsa, khususnya calon Legaslatif pesan-pesan yang disampaikan melalui komunikasi kepada masyarakat Kutai Barat dengan bersentuhan langsung pada masyarakat, yang merupakan prioritas utamayaitu membangun komunikasi dan silaturahmi serta memperluas jaringan partai dengan menggandeng tokoh masyarakat, ulama, organisasi masyarakat, kalangan pemuda ataupun pendekatan secara personal (ikatan emosional) dengan cara melakukan berbagai kegiatan.

Penelitian yang dilakukan oleh Pujonodengan judul **“Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Partai Golkar dalam Memenangkan Pemilihan**

<sup>30</sup> Debie Pratama Saputra, “Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Dari Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) Menuju Pemilu 2014 Di Kabupaten Kubar”, *eJournal Ilmu Komunikasi, Volume 3, Nomor 3*, (2015), 170–184.

**Umum 2014 di Kabupaten Sragen.”**<sup>31</sup> Adapun tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis strategi komunikasi politik calon legislatif dalam Partai Golkar untuk memenangkan kompetisi dalam pemilihan umum tahun 2014 di Kabupaten Sragen. Dengan menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan cara pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi dan melakukan analisis terhadap dokumen-dokumen yang tersimpan. Hasilnya menunjukkan bahwa kemenangan dalam kompetisi pemilihan umum tidak semata-mata didasarkan pada kemampuan finansial. Tetapi kemenangan calon legislatif ini disebabkan karena masing-masing calon sebelumnya telah memiliki keterlibatan sosial, ekonomi, budaya dan keagamaan di masyarakat sehingga mereka telah dikenal, memiliki citra personal dan memiliki derajat penerimaan tertentu di masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Qalbi dengan judul “**Strategi Komunikasi Politik Dan Pemenangan Pasangan Muhammad Rhamdan Pomanto – Syamsu Rizal Dalam Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Makassar Tahun 2013.**”<sup>32</sup> Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi politik, dan strategi pemenangan pasangan Muhammad Rhamdan Pomanto – Syamsu Rizal dalam pemilihan walikota dan wakil walikota Makassar tahun 2013 serta kaitan antara strategi komunikasi dan pemenangan pasangan Muhammad Rhamdan Pomanto – Syamsu Rizal dalam pemilihan walikota dan wakil walikota Makassar tahun 2013. Penelitian ini menggunakan deskriptif analisis untuk menggambarkan dan menganalisa fakta argumen yang tepat. Penelitian ini menunjukkan bahwa setiap informan bertanggung jawab penuh terhadap tugas dan wewenang yang diembannya, dengan membentuk struktur tim pemenangan maka efektivitas tim pemenangan dapat berjalan dengan baik.

<sup>31</sup> Pujono, “Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Partai Golkar dalam Memenangkan Pemilihan Umum 2014 di Kabupaten Sragen”, *Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 13, Nomor 3, (September - Desember 2015)*.

<sup>32</sup> Nurul Qalbi, “Strategi Komunikasi Politik dan Pemenangan Pasangan Muhammad rhamdan Pomanto- Syamsu Rizal Dalam Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Makassar Tahun 2013” *Jurnal Sosial Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Volume 1, Nomor 2, (Desember 2015)*.

Penelitian yang dilakukan peneliti saat ini sama seperti penelitian sebelumnya, yakni mengkaji mengenai strategi komunikasi politik. Penulis meneliti dengan judul yang berkaitan dan memiliki tujuan yang sama.

### C. Konsep Operasional

Konsep operasional merupakan suatu konsep yang akan memberikan penjelasan terhadap strategi komunikasi politik partai demokrat dalam memenangkan pemilihan kepala daerah Kota Pekanbaru 2017.

#### **Strategi Komunikasi Politik Partai Demokrat Dalam Memenangkan Pemilihan Kepala Daerah Kota Pekanbaru 2017:**

##### 1. Ketokohan dan Kelembagaan

Langkah pertama dalam dalam strategi komunikasi politik, ialah merawat ketokohan dan memantapkan kelembagaan. Artinya, ketokohan seorang politikus dan kemandirian lembaga politiknya dalam masyarakat akan memiliki pengaruh tersendiri dalam komunikasi politik.

##### a. Merawat Ketokohan

Ketokohan adalah orang yang memiliki kredibilitas (*al amin*), daya tarik, dan kekuasaan. Kredibilitas adalah seperangkat persepsi khalayak tentang sifat-sifat komunikator, sehingga sesungguhnya kredibilitas tidak melekat dalam diri komunikator, tetapi pada diri komunikan. Ketokohan dapat juga terbangun melalui daya tarik fisik tubuh, busana dan dukungan fisik lainnya, yang bersifat nonverbal dalam komunikasi.

Berlo menjelaskan bahwa kredibilitas seseorang bisa timbul jika memiliki: (1) *communication skill*, yaitu keterampilan berkomunikasi (2) *knowledge*, yaitu pengetahuan yang luas tentang substansi yang disampaikan (3) *attitude*, yaitu sikap jujur dan bersahabat (4) *social and cultural system*, yaitu mampu beradaptasi dengan sistem sosial budaya.

##### b. Memantapkan Kelembagaan

Selain memelihara ketokohan, langkah strategis utama dan pertama yang harus dilakukan ialah memantapkan kelembagaan atau membesarkan lembaga. Hal itu sangat penting sebagai faktor yang mendasar dalam komunikasi politik,

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang UIN Suska Riau

terutama yang berkaitan dengan kampanye dan pemberian suara dalam pemilihan umum. Lembaga yang dimaksud adalah wadah kerjasama beberapa orang untuk mencapai tujuan bersama. Dengan demikian, upaya membesarkan dan mempercantik lembaga harus diusahakan. Para politikus harus membesarkan partai politiknya melalui konsolidasi dan kemenangan dalam pemilihan umum.

## 2. Menciptakan Kebersamaan

Langkah kedua yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan komunikasi politik adalah menciptakan kebersamaan antara politikus dan khalayak (rakyat) dengan cara mengenal khalayak dan menyusun pesan yang *homofili*.

### a. Memahami Khalayak

Komunikasi politik yang ditujukan kepada khalayak atau individu yang selalu berinteraksi dan berinterelasi dengan individu-individu lain, dalam suatu wadah yang disebut masyarakat. Kebutuhan dan motivasi individu-individu yang akan menjadi khalayak politik itu harus dikenali, diketahui dan dipahami demikian juga pengetahuan dan kemampuan khalayak dalam mengakses pesan-pesan politik, baik langsung maupun melalui media. Hal itu meliputi kondisi kepribadian dan fisik khalayak, yang terdiri atas: (1) pengetahuan khalayak mengenai pokok persoalan (2) kemampuan khalayak untuk menerima pesan-pesan melalui media yang digunakan dan (3) pengetahuan khalayak terutama perbendaharaan kata yang digunakan.

### b. Menyusun Pesan Persuasif

Wilbur Schramm mengajukan syarat-syarat untuk berhasilnya suatu pesan yaitu: (1) pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian khalayak (2) pesan haruslah menggunakan tanda-tanda yang sudah dikenal komunikator dan khalayak sehingga kedua pengertian itu bertemu (3) pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi daripada sasaran dan menyarankan agar cara-cara tersebut dapat mencapai kebutuhan itu (4) pesan harus menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi khalayak.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Menetapkan Metode

Langkah strategis ketiga dalam upaya mencapai tujuan komunikasi politik, adalah memilih metode penyampaian dan metode menyusun isi pesan politik yang sesuai. Dalam strategi komunikasi politik, memilah dan memilih metode yang tepat, sangat tergantung pada kondisi dan situasi khalayak.

d. Memilah dan Memilih Media

Penggunaan medium (tunggal) atau media (jamak) dalam komunikasi politik, perlu dipilah dan dipilih dengan cermat untuk menyesuaikan dengan kondisi dan situasi khalayak, dengan memerhatikan sistem komunikasi politik di suatu negara bangsa. Hal ini merupakan langkah strategis yang sangat penting, setelah mengenal khalayak, untuk penyusunan pesan dan menetapkan metode.

3. Membangun Konsensus

Langkah strategis selanjutnya yaitu membangun konsensus baik antara para politikus dan dalam satu partai politik maupun dari partai yang berbeda.

a. Seni Berkompromi

Dalam membangun konsensus, seorang politikus atau aktivis harus memiliki kemampuan berkompromi, yang merupakan suatu seni tersendiri. Seni atau kiat berkompromi itu pada umumnya merupakan bakat atau bawaan lahir dan pasti dimiliki oleh seorang politikus. Bakat itu harus dikembangkan terus sehingga kemampuan membangun konsensus semakin mantap.

b. Bersedia Membuka Diri

Para politikus yang akan melakukan lobi untuk mencari solusi dengan membangun konsensus harus memulai dengan kesediaan membuka diri. Memang, dalam lobi terjadi proses saling memberi dan menerima (*take and give*). Para pelobi harus siap membuka diri, yaitu menerima pengalaman baru atau gagasan baru, sesuai dengan konsep diri yang ada pada masing-masing politikus yang berbeda pendapat. Konsep diri merupakan faktor yang sangat menentukan komunikasi politik interaksional atau lobi karena setiap orang termasuk para politikus, bertingkah laku sesuai dengan konsep dirinya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## D. Kerangka Pikir



Gambar 2.1

Kerangka Pikir Strategi Komunikasi Politik