

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Difusi-Inovasi

Artikel berjudul *The People's Choice* yang ditulis oleh Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson, dan H. Gaudet pada tahun 1944 menjadi titik awal munculnya teori difusi-inovasi. Di dalam teori difusi-inovasi dikatakan bahwa komunikator yang mendapatkan pesan dari media massa sangat kuat untuk mempengaruhi orang-orang. Dengan demikian, adanya inovasi (penemuan), lalu disebarkan (difusi) melalui media massa akan kuat mempengaruhi massa untuk mengikutinya.

Teori ini di awal perkembangannya mendudukan peran pemimpin opini dalam mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Artinya, media massa mempunyai pengaruh yang kuat dalam menyebarkan penemuan baru. Apalagi jika penemuan baru ini kemudian di teruskan oleh para pemuka masyarakat. Akan tetapi, difusi-inovasi juga bisa langsung mengenal khalayaknya. Menurut Rogers dan Shoemaker (1971) difusi adalah proses dimana penemuan disebarkan kepada masyarakat yang menjadi anggota sistem sosial.¹

¹ Narudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: Rajawali Pers, 2015, Cet-7, Hlm. 187-188

B. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Persepsi adalah proses aktif menyeleksi, mengatur, menafsirkan orang, objek, peristiwa, situasi, dan aktivitas. Persepsi terdiri dari tiga proses yaitu menyeleksi, mengatur, dan menafsirkan. Ketiga proses itu tumpang-tindih dan terus-menerus, sehingga mereka bercampur dan mempengaruhi satu sama lain.²

Menurut Yusuf menyebut persepsi sebagai “pemakna hasil pengamatan”. Manakala menurut Pareek, memberikan definisi yang lebih luas ihwal persepsi ini dikatakan, “persepsi dapat didefinisikan sebagai proses menerima, menyeleksi, mengorganisasikan, mengartikan, menguji, dan memberikan reaksi kepada rangsangan pancaindra atau data.³

Menurut Lahry bahwa persepsi didefinisikan sebagai proses yang kita gunakan untuk menginterpretasikan data-data sensoris, data-data sensoris tersebut sampai kepada kita melalui lima pancaindra.⁴

Menurut Berelson dan Steiner menyebutkan bahwa persepsi merupakan proses yang kompleks dimana orang memilih,

²Putri Aulia Idris, *Komunikasi: Teori dan Praktik (Komunikasi Dalam Kehidupan Kita)*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2013), hlm. 26

³Muhammad Harith Bin Mohd Noh, *Persepsi Mahasiswa Terhadap Dakwah Melalui Nasyid Modern Studi Pada Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi*, (Skripsi UIN Raden Fatah Palembang 2017), hlm. 23

⁴Werner J. Severin & James W. Tankard, Jr, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, & Terapan didalam Media Massa*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 83

mengorganisasikan, dan menginterpretasikan respons terhadap suatu rangsangan ke dalam situasi masyarakat dunia yang penuh arti dan logis.⁵

Menurut Bennett, Hoffman, dan Prakash menyatakan bahwa persepsi merupakan aktivitas aktif yang melibatkan pembelajaran, pembaharuan cara pandang, dan pengaruh timbal balik dalam pengamatan.

Menurut Scott menyatakan bahwa persepsi adalah sebuah pembelajaran tingkah laku yang melibatkan aktivitas kognitif.⁶

Dari definisi diatas dapat di tarik kesimpulan bahwa persepsi merupakan tanggapan yang lahir dari pengamatan, penglihatan, penyeleksian, mengartikan, menguji, dan memberikan reaksi kepada rangsangan melalui data sensoris atau pancaindra.

2. Bentuk-Bentuk Persepsi

a. Persepsi visual

Persepsi visual didapatkan dari indera penglihatan. Persepsi ini adalah persepsi yang paling awal berkembang pada bayi, mempengaruhi bayi dan balita untuk memahami dunianya.

b. Persepsi auditori

Persepsi auditori didapatkan dari indera pendengaran yaitu telinga. Dengan melewati pendengaran halayak dapat mempersepsikan apa yang telah didengarnya

⁵Werner J. Severin & James W. Tankard, Jr, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, & Terapan didalam Media Massa*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 84

⁶*Ibid.*

c. Persepsi perabaan

Persepsi perabaan yang didapatkan dari indera taktil yaitu kulit. Begitu juga dengan kulit, khalayak bisa merasakan apa yang disentuhnya setelah itu khalayak dapat mengungkapkan apa yang ia rasakan

d. Persepsi penciuman

Persepsi penciuman didapatkan dari indera penciuman yaitu hidung

e. Persepsi pengecapan

Persepsi pengecapan atau rasa didapatkan dari indera pengecapan yaitu lidah. Dengan melewati 5 panca indera tersebut khalayak bisa menafsirkan persepsi-persepsi khalayak dengan berbeda argument.⁷

3. Pengaruh persepsi

a. Budaya

Budaya merupakan seperangkat asumsi diremehkan yang membentuk pola hidup kita dan membimbing bagaimana kita memandang maupun kita berfikir, merasa, dan bertindak.

b. Peran sosial

Persepsi kita juga dibentuk oleh peran sosial yang orang lain komunikasikan kepada kita. Pesan yang mengatakan bahwa kita

⁷Muhammad Harith Bin Mohd Noh, *op.ct.*, hlm. 24

diharapkan untuk memenuhi peran tertentu, maupun tuntutan aktual dari peran tersebut akan memengaruhi bagaimana kita mempersepsikan dan berkomunikasi.

c. Kemampuan kognitif

Selain pengaruh fisiologi, budaya, dan sosial, persepsi juga dibentuk oleh kemampuan kognitif kita. Seberapa rumit kita memikirkan situasi dan orang, dan sejauh mana pengetahuan personal kita mengenai orang lain akan mempengaruhi bagaimana kita menyeleksi, mengatur, dan menginterpretasikan pengalaman.⁸

C. Perbandingan

Dalam kamus lengkap bahasa Indonesia disebutkan bahwa perbandingan berasal dari kata banding yang berarti persamaan, selanjutnya membandingkan mempunyai arti mengadu dua hal untuk diketahui perbandingannya.

Menurut Sjachran Basah (1994:7), perbandingan merupakan suatu metode pengkajian atau penyelidikan dengan mengadakan perbandingan diantara dua objek atau lebih untuk menambah dan memperdalam pengetahuan tentang objek yang dikaji.

Dalam perspektif ilmu hukum, perbandingan menjadi sesuatu yang berbeda dengan ilmu-ilmu lain. Menurut Surjati Hartono (1991:26),

⁸Putri Aulia Idris, *Komunikasi: Teori dan Praktik (Komunikasi Dalam Kehidupan Kita)*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2013), hlm. 34

pengertian perbandingan tidak ada definisi khusus baik dari segi undang-undang, literatur maupun pendapat para sarjana, namun perbandingan itu hanyalah merupakan suatu metode saja, sehingga dapat diambil dari ilmu sosial-sosial lainnya.

Dari pengertian diatas dapat diartikan bahwa perbandingan adalah membandingkan dua hal/lembaga untuk diketahui perbedaan dan persamaan kedua hal/lembaga melalui tahap-tahap tertentu.

D. Komunikasi Politik

1. Pengertian Komunikasi Politik

Komunikasi politik merupakan komunikasi persuasif yang selalu dilakukan oleh politikus maupun partai politik untuk mencapai tujuan politiknya. Kegiatan komunikasi politik berfungsi untuk mempersuasi khalayak maupun pemilih. Dalam kegiatannya komunikasi politik tidak hanya dalam ruang lingkup internal tetapi juga eksternal.⁹

Menurut Dahlan ialah suatu bidang atau disiplin yang menelaah perilaku dan kegiatan komunikasi yang bersifat politik, mempunyai akibat politik, atau berpengaruh terhadap perilaku politik.¹⁰

Meadow dalam Nimmo juga membuat definisi bahwa "*political communication refers to any exchange of symbols or messages that to a*

⁹ Dedi Kurnia Syah Putra, *Komunikasi CSR Politik*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), Cet-1, hlm. 69

¹⁰ Hafied Cangara, *Komunikasi Politik, Konsep, Teori, & Strategi*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2016), Cet Ke-5, hlm. 29

significant extent have been shaped by or have consequences for political system". Disini Meadow memberi tekanan bahwa simbol-simbol atau pesan yang disampaikan itu secara signifikan dibentuk atau memiliki konsekuensi terhadap sistem politik.¹¹

Dalam buku *Introduction to Political Communication* oleh McNair dinyatakan bahwa "*political communication as pure discussion about the allocation of publik resources (revenues), official authority (who is given the power to make legal, legislative and executive decision), and official sanctions (what the state reward or punishes)*". Jadi komunikasi politik menurut McNair adalah murni membicarakan tentang alokasi sumber daya publik yang memiliki nilai, apakah itu nilai kekuasaan atau nilai ekonomi, petugas yang memiliki kewenangan untuk memberi kekuasaan dan keputusan dalam pembuatan undang-undang atau aturan, apakah itu legislatif atau eksekutif, serta sanksi-sanksi, apakah itu dalam bentuk hadiah atau benda.¹²

Doris Graber mengingatkan dalam tulisannya *Political Language* bahwa komunikasi politik tidak hanya retorika, tetapi juga mencakup simbol-simbol bahasa, seperti bahasa tubuh serta tindakan-tindakan politik misalnya boikot, protes, dan unjuk rasa. Dengan demikian, pengertian komunikasi politik dapat dirumuskan sebagai suatu proses

¹¹*Ibid*

¹²*Ibid*, hlm. 30

pengoperan lambang-lambang atau simbol-simbol komunikasi yang berisi pesan-pesan politik dari seseorang atau kelompok kepada orang lain dengan tujuan untuk membuka wawasan atau cara berfikir, serta memengaruhi sikap dan tingkah laku khalayak yang menjadi target politik.¹³

Dari beberapa pengertian yang telah dikemukakan di atas, maka komunikasi politik dapat diartikan sebagai suatu proses komunikasi yang memiliki implikasi atau konsekuensi terhadap aktivitas politik.

2. Unsur Komunikasi Politik

a. Komunikator politik

Komunikasi politik tidak hanya menyangkut partai politik, melainkan juga lembaga pemerintahan legislatif dan eksekutif. Dengan demikian, sumber atau komunikator politik adalah mereka-mereka yang dapat 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.

b. Pesan politik

¹³*Ibid*

Ialah pernyataan yang disampaikan baik secara tulisan maupun tidak tertulis, baik secara verbal maupun nonverbal, tersembunyi maupun terang-terangan, baik yang disadari maupun tidak disadari yang isinya mengandung bobot politik.

c. Saluran atau media politik

Ialah alat atau sarana yang digunakan oleh para komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan politiknya.

d. Sasaran atau target politik

Sasaran adalah anggota masyarakat yang diharapkan dapat memberi dukungan dalam bentuk pemberian suara (*vote*) kepada partai atau kandidat dalam pemilihan umum.

e. Pengaruh atau efek komunikasi politik

Efek komunikasi politik diharapkan adalah terciptanya pemahaman terhadap sistem pemerintahan dan partai-partai politik, dimana nuansanya akan bermuara pada pemberian suara (*vote*) dalam pemilihan umum.¹⁴

3. Fungsi Komunikasi Politik

Fungsi komunikasi politik menurut McNair dan Goran Hedebro adalah sebagai berikut:

¹⁴*Ibid*, hlm. 32

- a. Memberikan informasi kepada masyarakat terhadap usaha-usaha yang dilakukan lembaga politik maupun dalam hubungannya dengan pemerintah dan masyarakat.
- b. Melakukan sosialisai tentang kebijakan, program dan tujuan lembaga politik.
- c. Memberi motivasi kepada politisi, fungsionaris, daan para pendukung partai.
- d. Menjadi platprom yang bisa menampung ide-ide masyarakat, sehingga menjadi bahan pembicaraan dalam bentuk opini publik.
- e. Mendidik masyarakat dengan pemberian informasi, sosialisasi tentang cara-cara pemilihan umum dan penggunaan hak mereka sebagai pemberi suara.
- f. Menjadi hiburan masyarakat sebagai “pesta demokrasi” dengan menampilkan para jur kampanye, artis dan para komentator atau pengamat politik.
- g. Memupuk integrasi dengan mempertinggi rasa kebangsaan guna menghindari konflik dan ancaman berupa tindakan separatis yang mengancam persatuan nasional.
- h. Menciptakan iklim perubahan dengan mengubah struktur kekuasaan melalui informasi untuk mencari dukungan masyarakat luas terhadap gerakan reformasi dan demokratis.

- i. Meningkatkan aktivitas politik masyarakat melalui siaran berita, agenda setting, maupun komentar-komentar politik.
- j. Menjadi *watchdog* atau anjing penjaga dalam membantu terciptanya *good governance* yang transparansi dan akuntabilitas.¹⁵

E. Politik

Dilihat dari sisi etimologi, kata politik berasal dari bahasa Yunani, yakni *polis* yang berarti kota yang berstatus negara kota (*city state*). Pemikiran mengenai politik pun khususnya di dunia barat banyak dipengaruhi oleh filsuf Yunani Kuno. Filsuf seperti Aristoteles dan Plato menganggap politics sebagai suatu usaha untuk mencapai masyarakat politik (*polity*) yang terbaik. Namun demikian, definisi politik hasil pemikiran para filsuf tersebut belum mampu memberi tekanan terhadap upaya-upaya praktis dalam mencapai polity yang baik. Meskipun harus diakui, pemikiran-pemikiran politik yang berkembang dewasa ini juga tidak lepas dari pengaruh para filsuf tersebut.

Dalam perkebangannya, para ilmuwan politik menafsirkan politik secara berbeda-beda sehingga varian definisinya memperkaya pemikiran tentang politik. Menurut Laouw dalam bukunya *The Media and Political Process*, mencoba memberi uraian bahwa ditengah kelangkaan sumber daya yang tersedia, masyarakat akan berusaha mendapatkan akses untuk memperoleh sumber daya yang terbatas dalam memenuhi tuntutan hidupnya.

¹⁵*Ibid*, hlm 33

Pandangan yang mirip dikemukakan oleh Budiardjo bahwa politik adalah kegiatan yang dilakukan dalam suatu negara menyangkut proses menentukan tujuan dan melaksanakan tujuan tersebut.¹⁶

F. Ulama

1. Pengertian Ulama

Ulama adalah jamak dari kata ‘alim yang berarti orang yang memiliki kualitas ilmu yang luas dan mendalam. Dalam kamus besar bahasa Indonesia disebutkan bahwa ulama ialah orang yang ahli dalam pengetahuan agama Islam.¹⁷

Menurut Wahbah Zuhaili sebagaimana dikutip oleh Badarudin Hsubky menyebutkan bahwa ulama ialah orang-orang yang memiliki kemampuan untuk menganalisa alam semesta dan fenomenanya untuk kepentingan hidup dunia dan akhirat serta takut kepada Allah jika terjerumus kedalam kenistaan.¹⁸

Menurut Quraish Shibab bahwa ulama itu ialah orang-orang yang memiliki pengetahuan tentang ayat-ayat Allah baik yang bersifat Quramiyah maupun Kamiyah.¹⁹

Dari beberapa pengertian diatas dapat dipahami bahwa ulama itu ialah orang yang memiliki pengetahuan yang luas dan dalam tentang

¹⁶Hafied Cangara, *Komunikasi Politik, Konsep, Teori, & Strategi*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2016), Cet Ke-5, hlm. 23 & 24

¹⁷Teguh Shobri, *Komunikasi-Komunikasi Ulama*, (Palembang: IAIN Raden Fatah, 2005), hlm. 51

¹⁸*Ibid*, hlm. 52

¹⁹*Ibid*

agama Islam dan dengan ilmu pengetahuannya itu memiliki rasa takwa, takut, dan tunduk kepada perintah Allah Azza wa jalla.

2. Peran/Tugas Ulama

- a. Mengemban tugas menyebarkan dan mengajarkan ajaran al-qur'an kepada umat/ masyarakat.
- b. Menjelaskan kandungan isi al-qur'an kepada masyarakat agar diikuti dan dijalani dalam kehidupan nyata.
- c. Memutuskan dan menyelesaikan berbagai perkara yang dihadapi masyarakat sesuai dengan ajaran al-qur'an dan sunnah Rasulullah.
- d. Memberikan contoh tauladan dan pengalaman yang baik (Uswah Hasanah) kepada masyarakat. Aktif dalam menegakkan kebenaran dan memperjuangkan kebaikan serta mencegah kemunkaran.
- e. Memperjuangkan hal-hal yang terkait dengan kepentingan umat/masyarakat serta giat dalam mengatasi berbagai permasalahan sosial yang tumbuh seperti memberantas kebodohan, kemiskinan, dan kemunkaran.²⁰

²⁰*Ibid*, hlm 53