

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani *strategia* yang berarti ilmu perang atau panglima perang. Berdasarkan pengertian ini, maka strategi adalah suatu seni merancang operasi didalam peperangan, seperti cara-cara mengatur posisi atau siasat berperang, angkatan darat atau laut.¹ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai. Yang dapat dianggap berkaitan langsung dengan pengertian strategi dalam pengajaran bahasa ialah bahwa strategi merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.²

Banyak pengertian yang menjelaskan tentang apa itu strategi, dari keterangan di atas di jelaskan dari segi bahasa strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *Strategia* yang secara umum baik dari sisi bahasa Yunani maupun dalam kamus besar bahasa Indonesia memiliki pengertian sebuah cara untuk menyusun dan melaksanakan sebuah agenda yang telah tersusun demi mencapai tujuan yang telah di tetapkan.

Dalam buku Hafied Cengara Karl von Clausewitz seseorang pensiunan jendral Rusia mengatakan strategi ialah seni menggunakan sarana

¹ Iskandarwassid dan Dadang Sunandar., *Strategi Pembelajaran Bahasa*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 2.

²*Ibid*

pertempuran untuk mencapai tujuan perang. Selanjutnya Marthin Anderson juga berpendapat bahwa strategi adalah seni dimana melibatkan kemampuan intelegensi atau pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien.³

Strategi secara kognisi adalah sebagai proses berpikir induktif, yaitu membuat generalisasi dari fakta, konsep dan prinsip dari apa yang diketahui seseorang. Strategi kognitif tidak berkaitan dengan ilmu yang dimiliki seseorang, melainkan merupakan kemampuan berpikir internal yang dimiliki seseorang dan dapat diterapkan dalam berbagai bidang ilmu yang dimilikinya.⁴

Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa secara umum pengertian strategi ialah sebuah konsep atau gagasan yang di pakai untuk melakukan sebuah tindakan yang telah di rencanakan. Artinya untuk mencapai sebuah tujuan yang telah di tentukan maka di perlukan suatu strategi yang matang agar tercapai tujuan tersebut.

Tanpa adanya strategi, tujuan yang telah di tetapkan tidak akan tercapai. Strategi merupakan elemen yang sangat penting dalam mencapai tujuan tersebut. Oleh karena itu dalam instansi pemerintahan, perusahaan, organisasi kemasyarakatan, organisasi kepemudaan dalam menjalankan programnya dan untuk mencapai target yang telah di tetapkan tidak bisa lepas dari strategi. Jika strategi yang digunakan oleh organisasi tersebut baik dan tersusun secara sistematis maka akan mencapai target secara baik juga, namun jika sebaliknya hasilnya pun juga akan mempengaruhi target yang telah di tentukan.

³ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2013), hlm. 61.

⁴ Iskandarwassid dan Dadang Sunendar, *Op.Cit.*, hlm 3

2. Pengertian Komunikasi

Komunikasi jika di pandang dari asal katanya atau secara etimologis, istilah komunikasi berasal dari bahasa latin *communication*, sebenarnya kalimat ini bersumber pada kata *communis*. Kalimat *communis* tersebut dalam pembahasan ini bukan bermaksud untuk mengkaitkan dengan partai komunis yang sering kita dengar terlibat dalam kegiatan politik. Arti *communis* dalam pembahasan ini di maknai dengan kesamaan, bisa di artikan kata *communis* memiliki arti sama maknanya, yaitu sama makna mengenai suatu hal. Jadi, komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat dalam komunikasi tersebut terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang di komunikasikan.⁵

Pendapat di atas menunjukkan komunikasi merupakan sebuah aktivitas yang membutuhkan orang lain agar pesan yang di sampaikan dapat di terima, selanjutnya agar pesan yang dikirimkan tersebut dapat di terima dan di mengerti maka orang-orang yang terlibat dalam komunikasi tersebut harus mengerti makna yang di sampaikan.

Sementara menurut Hovland, Janis dan Kelley seperti yang dikemukakan oleh Forsdale ahli sosiologi Amerika mengatakan bahwa komunikasi merupakan “*communication is the process by which an individual transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals*”. Dengan kata lain komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal

⁵ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm.3.

untuk mengubah tingkah laku orang lain. Pada definisi ini mereka menganggap komunikasi sebagai suatu proses, bukan sebagai suatu hal.⁶

Dalam pengertian lain, berdasarkan keterangan Hovland, Janis dan Kelley seperti yang dikemukakan oleh Forsdale ahli sosiologi Amerika di atas menunjukkan komunikasi merupakan alat yang dapat mempengaruhi tingkah laku seseorang hingga terjadinya sebuah perubahan tingkah laku terhadap diri seseorang tersebut. Artinya jika kita analisa lebih mendalam aktivitas komunikasi bukan hanya proses menyampaikan pesan kepada orang lain, tetapi lebih dari pada itu komunikasi juga dapat merubah perilaku seseorang bisa di katakana lebih baik ataupun sebaliknya.

Seorang ahli komunikasi dan pendidikan Louis Forsdale mengatakan, *“communication is the process by which a system is established, maintained, and altered by means of Oshared signals that operate according to rules”*. Komunikasi adalah suatu proses memberikan signal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat didirikan, dipelihara dan diubah.⁷ Dalam pengertian ini komunikasi di pandang sebagai sebuah proses, kalimat signal maksudnya adalah signal yang berupa verbal dan nonverbal yang mempunyai aturan tertentu. Dengan adanya pengertian ini artinya orang yang menerima signal yang telah mengetahui aturannya akan memahami maksud dari signal yang diterimanya.

Pengertian komunikasi di atas menunjukan maksud bahwa komunikasi sebuah proses pemberian signal kepada orang lain dengan catatan orang yang

⁶ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), hlm.2

⁷ *Ibid*

diberikan makna tersebut memahami apa yang di maksud oleh orang yang memberikan signal. Jika proses ini berjalan dengan baik maka suatu sistem dapat di dirikan, di pelihara dan jika sudah tidak sesuai dapat di ubah. Jika kita analisa yang mengatakan istilah komunikasi merupakan proses pemberian signal untuk mendirikan suatu sistem tersebut berlatar belakang seorang tokoh pendidikan, artinya komunikasi memiliki peran penting untuk mendirikan sistem pembelajaran yang lebih baik untuk di terapkan.

Selanjutnya menurut Brent D. Ruben mendefinisikan mengenai komunikasi manusia yang lebih komprehensif sebagai berikut: komunikasi manusia adalah suatu proses melalui individu dalam hubungannya, dalam kelompok, dalam organisasi dan dalam masyarakat menciptakan, mengirimkan, dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasi lingkungannya dan orang lain.⁸ Pada definisi ini dapat kita lihat komunikasi dapat di katakan sebagai suatu proses yang memiliki hubungan satu sama lain untuk mengetahui makna dan aktivitas yang telah di terimanya.

Bila diperhatikan lebih lanjut definisi Ruben ini, kelihatan bahwa Ruben menggunakan istilah yang berbeda dengan dua definisi sebelumnya yang memakai istilah stimulus dan signal. Ruben menggunakan istilah informasi untuk maksud itu, yang diartikan sebagai kumpulan data, pesan (*message*), susunan isyarat dalam cara tertentu yang mempunyai arti atau berguna bagi system tertentu. Istilah menciptakan informasi yang dimaksudkan Ruben disini adalah tindakan menyandingkan (*encoding*) pesan yang berarti, kumpulan data atau suatu

⁸*Ibid*

set isyarat. Sedangkan istilah mengirimkan informasi maksudnya adalah proses dengan mana pesan dipindahkan dari si pengirim kepada orang lain atau dari satu tempat ke tempat lain. Pesan dikirim melalui bahasa baik bahasa verbal maupun bahasa non verbal. Istilah pemakaian informasi menunjuk kepada peranan informasi dalam mempengaruhi tingkah laku manusia baik secara individual, kelompok, maupun masyarakat. Jadi jelas bahwa tujuan komunikasi menurut Ruben ini adalah untuk mempengaruhi tingkah laku orang lain.

Menurut William J. Seller mendefinisikan komunikasi yang lebih bersifat universal. Seller mengatakan komunikasi adalah proses dengan mana symbol verbal dan nonverbal di kirimkan, diterima, dan di beri arti.⁹ Dari definisi tersebut terlihat bahwa proses komunikasi sangat sederhana, yaitu mengirim dan menerima pesan tetapi sesungguhnya komunikasi adalah suatu fenomena yang kompleks yang sulit dipahami tanpa mengetahui prinsip dan komponen yang penting dari komunikasi tersebut.

Pendapat William di atas menunjukan aktivitas komunikasi lebih kepada suatu proses pemberian symbol baik yang di kirimkan maupun yang di terima. Artinya komunikasi bukan hanya soal pemberian pesan berupa perkataan, lebih dari itu William mendefinisikan setiap aktivitas yang memiliki makna merupakan komunikasi.

Dari keempat pengertian komunikasi yang di kemukakan di atas, menunjukkan bahwa pada hakikatnya komunikasi merupakan suatu aktivitas yang

⁹*Ibid*

belum menemui titik kesepakatan aktivitas apa sebenarnya. Karena ke empat pendapat di atas berbeda-beda dalam memaknai istilah komunikasi, ada yang berpendapat sebuah proses pengiriman stimulus, ada yang mengatakan pemberian signal dan ada juga yang mengatakan pengiriman informasi serta symbol. Akan tetapi menurut analisa peneliti dari semua pendapat di atas secara keseluruhan pengertian komunikasi yang di ungkapkan memiliki kecenderungan maksud yang sama. Kita dapat melihat bahwa komunikasi merupakan aktivitas menyampaikan atau mengirim pesan kepada orang lain yang telah di tetapkan tujuannya, dan komunikasi tersebut dapat berjalan jika si penerima pesan baik dari bentuk kalimat atau symbol yang di berikan dapat memahaminya.

3. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah cara mengatur pelaksanaan aktivitas komunikasi agar berhasil. Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai satu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi juga harus menunjukkan taktik oprasionalnya.¹⁰ Artinya untuk mencapai sebuah tujuan komunikasi di perlukan suatu perencanaan yang matang supaya pesan-pesan yang kita sampaikan dapat di mengerti dan mencapai target yang telah di tentukan.

Pengertian di atas menunjukan bahwa istilah strategi komunikasi bukan hanya di gunakan untuk menunjukan arah saja, melainkan strategi komunikasi

¹⁰ Yusuf Zainal Abidin, *Manajemen Komunikasi* (Filosofi, Konsep, dan Aplikasi), (Bandung:Pustaka Setia, 2015), hlm. 155.

juga dapat di gunakan sebagai langkah yang mengatur aktivitas yang telah di tentukan. Dalam proses mencapai sebuah tujuan yang telah di tentukan, di butuhkan taktik strategi dan taktik yang matang agar tujuan tersebut tercapai dengan baik.

Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk simbol atau kode dari dari satu pihak kepada yang lain dengan efek untuk mengubah sikap, atau tindakan.¹¹ Menurut Onong Uchjana Effendy komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh satu orang ke orang lain untuk menginformasikan, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung) maupun tidak langsung (melalui media).¹²

Dua tokoh di atas berpendapat pengertian komunikasi sebagai langkah untuk menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan yang beragam, baik hanya untuk memberikan informasi, merubah sikap, menyampaikan pendapat ataupun untuk melakukan tindakan. Komunikasi yang telah di jelaskan di atas sangatlah cocok jika di kobinasikan dengan strategi, karena dalam mencapai tujuan yang telah di tetapkan tentu akan berhubungan dengan orang lain. Maka untuk menyiasatinya di perlukan komunikasi sebagai aktivitas yang menyampaikan pesan dan strategi sebagai cara untuk menyampaikan pesan tersebut.

¹¹ Humaidi, *Teori Komunikasi Dan Strategi Dakwah*, (Malang:UMM Press), hlm. 6.

¹² Onong Uchana Effendy, *Op.Cit.*, hlm. 32.

Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan.¹³ Strategi komunikasi adalah tahapan konkret dalam rangkaian aktivitas komunikasi yang berbasis pada satuan teknik bagi pengimplemintasian tujuan komunikasi, adapun teknik adalah satu pilihan tindakan komunikasi tertentu berdasarkan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya.¹⁴ Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton membuat definisi dengan menyatakan strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media) penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.¹⁵

Berdasarkan analisa peneliti, pengertian di atas menunjukkan bahwa strategi komunikasi merupakan rangkaian aktivitas yang kompleks untuk mencapai tujuan yang telah di tentukan. Artinya strategi komunikasi memiliki peran penting dalam proses penyampaian pesan kepada orang lain, selain itu melalui strategi komunikasi kita dapat mengerti pengaruh apa yang di timbulkan setelah berjalannya aktivitas tersebut.

Strategi merupakan keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan di jalankan guna mencapai tujuan. Dalam merumuskan strategi komunikasi selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga

¹³ *Ibid*

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 240

¹⁵ Hafied Cangara, *Perencanaan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 61.

memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak atau sasaran.¹⁶ R. Wayne Pace, Brent D. Paterson, dan M. Dallas Burnet dalam bukunya, *Techniques for Effective Communication*, menyatakan bahwa tujuan sentral dari strategi komunikasi terdiri atas tiga, yaitu:¹⁷

a. to secure understanding

b. to establish acceptance

c. to motivate action

To secure understanding artinya proses ini dapat memastikan bahwa komunikan / penerima mengerti dengan pesan yang diterimanya. Ketika komunikan telah mengerti dan menerima, penerimanya itu harus dibina (*to establish acceptance*). Pada akhirnya, kegiatan komunikasi di motivasikan (*to motivate action*).¹⁸

Dengan demikian, strategi komunikasi merupakan komponen keseluruhan dari perencanaan, taktik dan cara yang dipergunakan untuk melancarkan komunikasi. Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan semua komponen strategi komunikasi tersebut memiliki peran penting di dalamnya, di mana dalam proses mencapai tujuan di butuhkan sebuah perencanaan, taktik dan cara melakukannya. Dengan demikian segala proses aktivitas yang akan di lakukan

¹⁶ Arifin Anwar, *Strateg Komunikasi Suatu Pengantar Ringkas*, (Bandung: Armico, 1984), hlm. 59.

¹⁷ *Ibid.*, 115

¹⁸ *Ibid.*, 116

oleh instansi pemerintahan, perusahaan, organisasi dan lain sebagainya tidak bisa lepas dari strategi komunikasi untuk mempermudah mencapai tujuannya.

B. Tahapan-tahapan Strategi Komunikasi

Untuk mencapai tujuan-tujuan yang diinginkan, strategi komunikasi harus memiliki tahapan-tahapan di dalamnya. Tahapan-tahapan strategi komunikasi tersebut berguna untuk membuat strategi komunikasi yang telah di rumuskan berjalan dengan terstruktur dan sistematis. Adapun tahapan-tahapan strategi komunikasi dalam prosesnya, di antaranya ialah sebagai berikut :

1. Perumusan Strategi

Dalam perumusan strategi, seorang konseptor atau yang merencanakan harus mempertimbangkan segala kemungkinan yang bisa terjadi apabila strategi komunikasi tersebut di terapkan. Kemungkinan yang harus di pertimbangkan adalah terkait peluang dan ancaman dari sisi eksternal, selanjutnya menetapkan kekuatan dan kelemahan secara internal, menetapkan suatu objektivitas, menghasilkan strategi alternatif jika di perlukan dan memilih strategi yang tepat untuk dilaksanakan, Perumusan strategi berusaha menemukan masalah-masalah yang terjadi dari peristiwa yang ditafsirkan berdasarkan konteks kekuatan, kemudian mengadakan analisis mengenai kemungkinan-kemungkinan serta memperhitungkan pilihan-pilihan dan langkah-langkah yang dapat diambil dalam rangka gerak menuju kepada tujuan itu.¹⁹

¹⁹Ali Murtopo, *Strategi Kebudayaan*, (Jakarta: Centre for Strategic and International Studies-CSIS,1978). hlm. 8

Perumusan strategi ini memperhatikan segala kemungkinan yang bisa terjadi, selain menentukan strategi yang tepat untuk di gunakan dalam perumusan strategi ini juga harus di siapkan strategi alternatif jika strategi yang telah di gunakan menemukan kesulitan. Artinya dalam menuju tujuan yang telah di tetapkan tidak cukup hanya menyiapkan satu langkah strategi saja, maka strategi alternative juga harus di siapkan.

2. Implementasi strategi

Langkah kedua setelah merumuskan dan memilih strategi yang ditetapkan, maka langkah berikutnya adalah melaksanakan strategi yang ditetapkan tersebut. Dalam tahapan ini pelaksanaan strategi yang telah dipilih sangat membutuhkan komitmen dan kerja sama dari seluruh aspek, baik dari tingkat atasan maupun tingkat anggota yang telah tergabung di dalamnya. Dalam pelaksanaan strategi yang tidak menerapkan komitmen dan kerja sama dalam pelaksanaan strategi, maka aktivitas strategi yang telah di tetapkan tidak akan membuahkan hasil yang telah di rencanakan dan jauh dari harapan. Tumpuan Implementasi strategi agar berjalan dengan baik harus di imbangi dengan pengelolaan organisasi secara baik, di butuhkan budaya kebersamaan yang nyata agar pelaksanaan strategi berjalan sesuai dengan rencana.²⁰

Kebersamaan merupakan kunci keberhasilan pelaksanaan strategi, setiap lembaga, instansi pemerintahan maupun organisasi jika ingin sukses langkahnya dalam rangka menerapkan pelaksanaan strategi di butuhkan komitmen dan

²⁰ Fred David, *Manajemen Strategi Konsep*, (Jakarta: Prehalindo,2002).hlm. 3

kerjasama yang kuat mulai dari atasan sampai kepada bawahan atau anggota yang tergabung di dalamnya. Pelaksanaan strategi tidak bisa berjalan masing-masing, di butuhkan suatu sistem yang saling berkesinambungan untuk menjaga pelaksanaan strategi secara teratur.

3. Evaluasi Strategi.

Tahapan akhir dari penyusunan strategi komunikasi adalah evaluasi dari apa yang telah di rumuskan dan di terapkan dengan bentuk pelaksanaan. Evaluasi dalam setiap pasca melaksanakan sesuatu sangatlah di butuhkan, karena untuk melihat hasil yang telah di capai di perlukan sebuah evaluasi agar dapat mengetahui sejauh mana keberhasilan yang di raih dari apa yang telah di jalankan. Selanjutnya evaluasi juga berguna untuk mempersiapkan strategi yang akan di gunakan untuk selanjutnya dengan mempertimbangkan hambatan-hambatan yang di alami sebelumnya. Evaluasi menjadi tolak ukur untuk strategi yang akan di laksanakan kembali oleh suatu organisasi dan evaluasi sangat diperlukan untuk menentukan sasaran yang dinyatakan telah tercapai.²¹ Ada tiga macam langkah dasar untuk mengevaluasi strategi, yaitu:

- a. Meninjau faktor yang menjadi hambatan pelaksanaan strategi komunikasi, peninjauan faktor tersebut bisa di lihat dari faktor internal maupun faktor eksternal. Dari faktor internal hambatan dapat terjadi apabila suatu komponen tim yang ada di dalamnya tidak kompak dalam melaksanakan strategi yang telah di terapkan. Sementara dari faktor eksternal dapat di

²¹ *Ibid*

lihat jika adanya perubahan yang ada akan menjadi satu hambatan dalam pencapaian tujuan. Kedua faktor tersebut sangatlah penting untuk di koreksi demi tercapainya tujuan strategi komunikasi kedepannya.

- b. Langkah selanjutnya adalah mengukur prestasi, mengukur prestasi ini dalam rangka membandingkan hasil yang di telah di tetapkan dengan hasil yang telah di capai setelah pelaksanaan strategi di lakukan, apakah hasilnya sudah sesuai harapan atau malah sebaliknya Proses ini dapat dilakukan dengan cara meninjau ulang dari sisi perencanaan, mengevaluasi hasil dari masing-masing individu yang tergabung di dalamnya, dan menyimak kemajuan yang dibuat kearah pencapaian sasaran yang dinyatakan. Kriteria untuk mengevaluasi strategi harus mudah diukur dan mudah di buktikan, sebagai contoh hasil dari apa yang telah di terapkan lebih penting dari apa yang sebenarnya terjadi di lapangan. Dengan mengutamakan hasil yang menjadi bahan evaluasi, kita akan mengetahui apa-apa saja yang menjadi hambatan pelaksanaan strategi komunikasi secara keseluruhan.
- c. Langkah terakhir ialah mengembalikan tindakan *korektif* (memperbaiki, teliti, disiplin) untuk memastikan bahwa prestasi sesuai dengan rencana atau belum. Dalam proses ini tidak harus meninggalkan strategi yang sudah ada maupun merumuskan strategi baru. Tindakan *korektif* di perlukan apabila pelaksanaan strategi yang telah di terapkan tidak menemui hasil yang maksimal, jauh dari harapan serta tidak sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan. Langkah ini sangatlah penting untuk di kaji,

demi menghasilkan formulasi baru apabila target yang telah ditetapkan tidak tercapai dan jauh dari harapan yang diinginkan.²²

C. Langkah-langkah Strategi Komunikasi

Agar strategi komunikasi berjalan dengan baik, diperlukan langkah-langkah strategi komunikasi untuk memulai sebuah aktivitas yang telah direncanakan. Langkah-langkah strategi komunikasi sangat diperlukan untuk menyusun rencana supaya terukur dan terstruktur. Untuk itu, berikut dijelaskan beberapa langkah-langkah awal dalam pelaksanaan strategi komunikasi ialah sebagai berikut :

1. Planning (Perencanaan)

Menurut George R. Terry Perencanaan adalah pemilihan fakta dan penghubungan fakta-fakta serta pembuatan dan penggunaan perkiraan-perkiraan atau asumsi-asumsi untuk masa yang akan datang dengan jalan menggambarkan dan merumuskan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan.²³

Berdasarkan pendapat di atas, peneliti menganalisa bahwa maksud dari George R. Terry terkait sebuah perencanaan harus dimulai dengan ide-ide atau gagasan yang dapat menggambarkan sebuah perencanaan kegiatan kedepannya. Akan tetapi perencanaan yang dimaksud haruslah dibatasi ruang lingkungannya, ide yang dikeluarkan haruslah sesuai dengan rencana kegiatan yang akan dilakukan. Sebuah aktivitas atau kegiatan tidak akan dapat berjalan tanpa adanya sebuah perencanaan.

²² *Ibid*

²³ Sukarna, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Bandung :CV. Mandar Maju, 2011), hlm. 10

Dalam upaya meningkatkan partisipasi pemilih, artinya KPU SUMSEL harus melakukan perencanaan komunikasi yang baik serta tepat sasaran. Langkah dalam melakukan perencanaan komunikasi harus benar-benar di perhatikan. Melalui perencanaan komunikasi ini KPU dapat menentukan sasaran yang tepat khususnya pada segmentasi pemilih yang terindikasi banyak yang tidak menggunakan hak pilihnyadan mempengaruhi angka partisipasi.

2. *Organizing* (Pengorganisasian)

Organizing (Pengorganisasian) merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan KPU tersendiri, harus sesuai dengan sumber daya yang di miliki dan lingkungan yang melingkupinya. Artinya dalam melakukan perencanaan strategi komunikasinya KPU SUMSEL perlu mengelompokkan para petugasnya sesuai dengan bidang-bidang dan keahliannya karena karakter masyarakat di lapangan berbeda-beda, tentu akan lebih mudah bagi KPU jika segmentasi pemilih di masyarakat sudah di kelompokkan dan KPU melakukan perencanaan strategi komunikasinya sesuai kondisi yang dibutuhkan di lapangan.²⁴

Jika dalam organisasi telah di kelompokkan anggotanya sesuai dengan kemampuan, keahlian dan porsinya masing-masing, maka jalannya strategi komunikasi yang di terapkan akan lebih mudah. Hal ini sangatlah penting untuk di terapkan pada setiap lembaga yang sudah menetapkan tujuan yang ingin di capai dengan menggunakan metode strategi komunikasi.

²⁴ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 151

3. *Actuating* (Pelaksanaan)

Setelah melakukan perencanaan dan pengelompokan tugas masing-masing, langkah selanjutnya ialah pelaksanaan. pelaksanaan adalah langkah konkrit dari apa yang telah menjadi rencana sebelumnya, pelaksanaan juga bisa diartikan sebuah gerak nyata menjalankan rencana yang telah ditetapkan. Prosesnya untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan maka dibutuhkan kesungguhan, kerja keras dari semua anggota yang telah tergabung di dalamnya demi tercapainya tujuan yang telah ditetapkan.²⁵

Artinya untuk mencapai sebuah target yang ingin dituju semua anggota harus bergerak dengan sungguh-sungguh secara bersamaan dengan menyelesaikan tugas dan tanggung jawabnya masing-masing. Langkah ini sangatlah penting dilakukan oleh KPU SUMSEL di butuhkan langkah dan gerak yang nyata dalam upaya meningkatkan angka partisipasi pemilih.

4. *Controlling* (Pengawasan)

Langkah terakhir adalah pengawasan. Pengawasan merupakan hal yang penting dalam setiap melakukan sesuatu. Jika pengawasan dilakukan secara ketat maka akan berdampak pada minimnya sebuah kesalahan, kelalaian serta keteledoran. George R Terry berpendapat bahwa pengawasan dapat dirumuskan sebagai proses penentuan apa yang harus dicapai yaitu standard, apa yang sedang dilakukan yaitu pelaksanaan, menilai pelaksanaan, dan bilamana perlu melakukan perbaikan-perbaikan, sehingga pelaksanaan sesuai dengan rencana, yaitu selaras

²⁵ Sukarna, Op.Cit., hlm. 82

dengan standard (ukuran).²⁶ Demi tercapainya tujuan yang sesuai, semua aktivitas harus diawasi, karena pengawasan itu sendiri berguna untuk memberikan rambu-rambu bagi yang menjadi pelaksana suatu kegiatan. Tanpa adanya pengawasan yang ketat, kegiatan yang di jalankan akan terindikasi banyak mengalami permasalahan yang menyebabkan hasil tidak sesuai dengan keinginan.

Untuk mencapai target yang telah di tentukan, KPU SUMSEL dalam melakukan strategi komunikasinya perlu melakukan pengawasan pada semua tingkatan kegiatan, baik mulai dari sosialisasi, penyuluhan, pendidikan politik bagi pemilih ataupun media yang digunakan dalam melakukan sosialisasinya. Dengan menerapkan sistem pengawasan ini, maka KPU SUMSEL akan semakin teliti dan hati-hati setiap pengambilan keputusan, sebab ketika berhadapan dengan masyarakat di lapangan mereka memiliki karakter yang berbeda. Dengan adanya pengawasan yang baik akan menjadi acuan evaluasi KPU untuk selalu berbenah memperbaiki kekurangan di lapangan.

D. Partisipasi

1. Pengertian Partisipasi

Pengertian partisipasi telah dikemukakan oleh para ahli, namun pada hakekatnya memiliki makna yang sama. Partisipasi berasal dari bahasa Inggris *participate* yang artinya mengikut sertakan, ikut mengambil bagian.²⁷ Pengertian lain tentang partisipasi juga dapat berarti bahwa pembuat keputusan menyarankan kelompok atau masyarakat ikut terlibat dalam bentuk penyampaian saran dan

²⁶ *Ibid.*, hlm. 110

²⁷ Willie Wijaya, *Kamus Lengkap Inggris-Indonesia*, (Semarang : Bintang Jaya, 2004), hlm. 208.

pendapat, barang, keterampilan, bahan dan jasa.²⁸ Partisipasi juga berarti bahwa kelompok mengenal masalah mereka sendiri, mengkaji pilihan mereka, membuat keputusan, dan memecahkan masalahnya.

Pendapat di atas menjelaskan bahwa partisipasi secara umum memiliki arti sebuah keterlibatan, atau seseorang yang melibatkan dirinya, mengikutsertakan dirinya dalam sebuah kegiatan. Seseorang dapat dikatakan berpartisipasi apabila melibatkan dirinya dalam suatu kegiatan bukan malah bersifat acuh dan tidak peduli.

H.A.R. Tilaar mengungkapkan partisipasi adalah sebagai wujud dari keinginan untuk mengembangkan demokrasi melalui proses desentralisasi dimana diupayakan antara lain perlunya perencanaan dari bawah (bottom-up) dengan mengikutsertakan masyarakat dalam proses perencanaan dan pembangunan masyarakatnya.²⁹ Menurut Soegarda Poerbakawatja partisipasi adalah Suatu gejala demokrasi dimana orang diikutsertakan di dalam perencanaan serta pelaksanaan dari segala sesuatu yang berpusat pada kepentingan dan juga ikut memikul tanggung jawab sesuai dengan tingkat kematangan dan tingkat kewajibannya.³⁰

Berdasarkan penjelasan di atas, bahwa konsep partisipasi memiliki makna yang beragam. Secara garis besar dapat ditarik kesimpulan partisipasi merupakan

²⁸ Fasli Jalal dan Dedi Supriadi, *Reformasi Pendidikan dalam Konteks Otonomi Daerah*, (Jakarta: Depdiknas Bapenas Adicitra karyanusa, 2001), hlm. 201-202.

²⁹ H.A.R. Tilaar, *Kekuasaan dan Pendidikan : Kajian Manajemen Pendidikan Nasional dalam Pusaran Kekuasaan*, (Jakarta: RinikaCipta, 2009), hlm. 287.

³⁰ Soegarda Poerbakawatja, *Ensiklopedi Pendidikan*, (Jakarta : Gunung Agung, 1981), hlm. 251.

sebuah wujud kepedulian masyarakat dalam upaya ikut serta dan berperan aktif melibatkan dirinya baik dari mengutarakan pendapat maupun dari sisi keterlibatan melakukan sesuatu. Wujud dari partisipasi bukan hanya berupa saran atau keikutsertaan saja, melainkan bisa berbentuk jasa, ataupun dalam bentuk materi baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dalam kasus dunia demokrasi, partisipasi masyarakat yang di butuhkan ialah keikutsertaannya secara langsung dalam menentukan pilihan. Keikutsertaan secara langsung tersebut harus di buktikan perilaku keterlibatan dirinya kelapangan dengan datang ke TPS (tempat pemungutan suara) dan menggunakan hak pilih atau hak suaranya. Dengan perilaku tersebut barulah seseorang dapat di katakana berpartisipasi dalam proses demokrasi menentukan pemimpin.

2. Macam-Macam Partisipasi

Seperti yang telah di jelaskan sebelumnya, bahwa bentuk partisipasi bukan hanya keterlibatan secara langsung, akan tetapi bisa dalam bentuk keterlibatan secara tidak langsung atau sesuai dengan kebutuhan maupun partisipasi yang berbentuk mengutarakan pendapat. Namun di sini akan di jelaskan dua macam partisipasi yang dikemukakan oleh Sundariningrum yang mengklasifikasikan partisipasi menjadi dua berdasarkan cara keterlibatannya, yaitu:³¹

³¹ Sugiyah, *Partisipasi Komite Sekolah dalam penyelenggaraan Rintisan Sekolah Bertaraf Internasional di Sekolah Dasar Negeri IV Wates*, (Tesis, PPs UNY, Kabupaten Kulon Progo, 2010), hlm. 38.

a. Partisipasi langsung

Maksud dari partisipasi langsung adalah apabila individu menampilkan kegiatan tertentu dalam proses partisipasi. Partisipasi ini terjadi dalam pelaksanaan diskusi atau pelaksanaan pemilu. Partisipasi dalam diskusi bisa dibuktikan dengan apabila setiap orang dapat mengajukan pandangan, membahas pokok permasalahan, mengajukan keberatan terhadap keinginan orang lain atau terhadap ucapannya. Sementara partisipasi dalam pemilu dapat dibuktikan dengan keterlibatan seseorang itu sendiri datang ke TPS dan menggunakan hak pilihnya. Kedua kategori partisipasi tersebut saat ini di Indonesia bisa dikategorikan partisipasi secara langsung.

b. Partisipasi tidak langsung

Maksud dari partisipasi tidak langsung yang terjadi apabila individu mendelegasikan hak partisipasinya pada orang lain. Partisipasi tidak langsung ini biasa terjadi saat seseorang mendapat panggilan dari suatu lembaga seperti sekolah dan lain sebagainya, tetapi kehadirannya bisa diwakilkan orang lain sebagai pengganti.

Pendapat lain terkait macam-macam partisipasi diungkapkan oleh Cohen dan Uphoff yang membedakan partisipasi menjadi empat jenis yaitu pertama, partisipasi dalam pengambilan keputusan. Kedua, partisipasi dalam pelaksanaan.

Ketiga, partisipasi dalam pengambilan manfaat. Dan keempat, partisipasi dalam evaluasi.³² Berikut penjelasannya :

a. Partisipasi Dalam Pengambilan Keputusan

Maksud dari partisipasi ini adalah keterlibat seseorang atau masyarakat dalam kaitannya dengan idea tau gagasan yang di miliki untuk menentukan dan mencapai kepentingan bersama. Dalam partisipasi ini masyarakat dapat menuntut untuk ikut serta dalam hal menentukan arah dan orientasi apa yang akan di tuju, baik dari sisi pembangunan, pembuatan aturan maupun sanksi yang di sepakati terhadap orang yang melanggar aturan. Wujud dari partisipasi ini antara lain seperti kehadiran rapat, diskusi, sumbangan pemikiran, tanggapan atau penolakan terhadap penawaran program yang akan di terapkan.

b. Partisipasi Dalam Pelaksanaan Suatu Program

Bentuk partisipasi ini ialah dalam hal menggerakkan sumber daya, dana, kegiatan administrasi, koordinasi dan penjabaran program.

c. Partisipasi Dalam Pengambilan Manfaat

Maksud dari partisipasi ini adalah partisipasi ini tidak lepas dari hasil pelaksanaan program yang telah dicapai baik yang berkaitan dengan kuantitas maupun kualitas. Dari segi kualitas, dapat dilihat dari peningkatan output, sedangkan dari segi kuantitas dapat dilihat seberapa besar presentase keberhasilan program.

³² Siti Irene A.D., *Desentralisasi dan Partisipasi Masyarakat dalam Pendidikan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), hlm. 61.

d. Partisipasi Dalam Evaluasi

Partisipasi dalam evaluasi memiliki makna masyarakat dalam evaluasi ini berkaitan dengan masalah pelaksanaan program secara menyeluruh. Partisipasi ini memiliki tujuan untuk mengetahui hasil dari capaian program yang telah rencanakan sebelumnya. Masyarakat dalam partisipasi ini dapat terlibat dalam hal pemberian nilai dan pendapat dari hasil yang telah keluar.

3. Teori Partisipasi Politik

Menurut Sudijono Sastroatmodjo partisipasi politik merupakan aspek penting dalam sebuah tatanan negara demokrasi, sekaligus merupakan ciri khas adanya modernisasi politik. Secara umum dalam masyarakat tradisional yang sifat kepemimpinan politiknya lebih ditentukan oleh segolongan elit penguasa, keterlibatan warga negara dalam ikut serta memengaruhi pengambilan keputusan, dan memengaruhi kehidupan bangsa relatif sangat kecil. Warga negara yang hanya terdiri dari masyarakat sederhana cenderung kurang diperhitungkan dalam proses-proses politik.³³

Partisipasi politik memiliki pengertian yang beragam. Ada beberapa ahli yang mengungkapkan pendapatnya tentang partisipasi politik. Menurut Ramlan Surbakti yang dimaksud dengan partisipasi politik adalah keikutsertaan warga negara biasa dalam menentukan segala keputusan yang menyangkut atau mempengaruhi hidupnya.³⁴ Herbert McClosky seorang tokoh masalah partisipasi

³³ Sudijono Sastroatmodjo, *Perilaku Politik*, (Semarang: Ikip Semarang Press, 1995), .hlm. 56.

³⁴ Ramlan Surbakti, *Memahami Ilmu Politik*, (Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2007), hlm. 140.

berpendapat bahwa partisipasi politik adalah kegiatan-kegiatan sukarela dari warga masyarakat melalui mana mereka mengambil bagian dalam proses pemilihan penguasa, dan secara langsung atau tidak langsung, dalam proses pembentukan kebijakan umum.³⁵ Miriam Budiardjo secara umum mengartikan partisipasi politik sebagai kegiatan seseorang atau kelompok orang untuk ikut serta secara aktif dalam kehidupan politik yaitu dengan jalan memilih pimpinan negara secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi kebijakan pemerintah (*public policy*).³⁶

Dari beberapa pendapat para ahli di atas maka yang dimaksud partisipasi politik adalah adanya kegiatan atau keikutsertaan masyarakat dalam proses menentukan sikap terhadap kebijakan pemerintah. Kegiatan tersebut dilakukan untuk untuk mempengaruhi jalannya pemerintahan, Sehingga dengan adanya partisipasi politik tersebut akan berpengaruh terhadap kehidupan mereka. Maka jika masyarakat ingin merubah tatanan kehidupan, mereka harus melibatkan diri untuk ikut berpartisipasi dalam pengambilan kebijakan yang dilakukan oleh penguasa atau pemerintah.

Dalam kaitannya pada pemilihan umum, partisipasi politik masyarakat akan sangat berpengaruh dan berguna untuk menentukan pemimpin yang baru. Masyarakat memiliki peranan yang sangat penting dalam proses partisipasi politik tersebut, tanpa adanya partisipasi politik dari masyarakat maka legitimasi seorang pemimpin yang terpilih akan di pertanyakan. Tentu masyarakat yang telah

³⁵ Miriam Budiardjo, *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), hlm. 367.

³⁶ Sudijono Sastroadmojo, *Op.Cit.*, hlm.68

menggunakan hak partisipasi politiknya dalam menentukan pemimpin tentu berharap adanya perubahan yang lebih baik untuk kehidupannya.

Ramlan Surbakti berpendapat partisipasi politik terbagi menjadi dua macam yaitu partisipasi aktif dan partisipasi pasif.³⁷

- a. Partisipasi aktif adalah mengajukan usul mengenai suatu kebijakan umum, mengajukan alternatif kebijakan umum yang berlainan dengan kebijakan yang dibuat pemerintah, mengajukan kritik dan perbaikan untuk meluruskan kebijakan, membayar pajak dan memilih pemimpin pemerintah.
- b. partisipasi pasif berupa kegiatan-kegiatan yang menaati pemerintah, menerima, dan melaksanakan saja setiap keputusan pemerintah.

Sementara itu, Milbart dan Goel membedakan partisipasi menjadi beberapa kategori. Pertama, apatis. Artinya, orang yang tidak berpartisipasi dan menarik diri dari proses politik. Kedua, spectator. Artinya, orang yang setidaknya pernah ikut memilih dalam pemilihan umum. Ketiga, gladiator. Artinya mereka yang secara aktif terlibat dalam proses politik, yakni komunikator, spesialis mengadakan kontak tatap muka, aktivis partai dan pekerja kampanye, serta aktivis masyarakat.³⁸

³⁷ Ramlan Surbakti, *Op.Cit.*, hlm. 142

³⁸ *Ibid.*, hlm. 143

E. Partisipasi Politik Dalam Pemilu

Untuk meningkatkan angka partisipasi pemilih dalam pemilu, tentu tidak cukup jika hanya mengandalkan peran dari lembaga penyelenggara pemilu saja, dibutuhkan lembaga-lembaga sosial lainnya untuk membantu KPU dalam melaksanakan tugasnya dan tentu demi meningkatnya angka partisipasi pemilih dalam pelaksanaan Pemilu.

Lembaga sosial telah berperan besar dalam meningkatkan angka partisipasi politik masyarakat, Seperti yang di ungkapkan oleh Friedmen dan Hechter yang menjelaskan adanya kemampuan dari lembaga sosial untuk memberikan sanksi positif dan negatif kepada masyarakat sehingga mempengaruhi masyarakat untuk menentukan ikut berpartisipasi ataukah tidak.³⁹ Dari penjelasan Friedmen dan Hechter tersebut dalam permasalahan partisipasi politik, lembaga sosial mampu memberikan dorongan kepada masyarakat untuk turut berpartisipasi dalam politik. Berdasarkan pengamatan peneliti, lembaga sosial yang turut berperan dalam meningkatkan partisipasi politik masyarakat antara lain adalah KPU, Partai Politik, Media Massa, dan Ormas, berikut penjelasannya :

Pertama, peran KPU Sumatera Selatan. Sebagai penyelenggara Pemilu KPU memiliki peran utama meningkatkan partisipasi politik masyarakat khususnya dalam hal menggunakan hak pilihnya. Hal tersebut termuat dalam UU Nomor 15 Tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Pemilihan Umum Pasal 10

³⁹ <http://perilakuorganisasi.com/teori-pertukaran-sosial-dan-pilihan-rasional-2.html> diakses pada 23 Maret 2020 pukul 11.45 WIB.

menyebutkan bahwa: “Salah satu tugas dan wewenang KPU adalah menyelenggarakan sosialisasi dan penyelenggaraan Pemilu dan atau yang berkaitan dengan tugas dan wewenang KPU kepada masyarakat”.⁴⁰ KPU meningkatkan partisipasi politik masyarakat melalui cara sosialisasi dan pendidikan politik kepada masyarakat. Cara tersebut dapat dilakukan melalui tiga tahapan yakni melalui komunikasi tatap muka, komunikasi melalui media, dan melalui mobilisasi sosial.

Kedua, peran Partai Politik. Partai politik dalam UU Nomor 2 tahun 2008 tentang Partai Politik pada pasal 10 disebutkan: “tujuan khusus partai politik adalah meningkatkan partisipasi politik anggota dan masyarakat dalam rangka penyelenggaraan kegiatan politik dan pemerintahan”.⁴¹ Selanjutnya dalam pasal 11 dijelaskan: “partai politik berfungsi sebagai sarana pendidikan politik bagi anggota dan masyarakat luas agar menjadi warga Negara Indonesia yang sadar akan hak dan kewajibannya dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara”.⁴² Sosialisasi dan pendidikan politik oleh Partai Politik sedikitnya dilakukan dalam tiga hal, yakni: melalui sosialisasi para kader, pendidikan politik, dan melalui optimalisasi organisasi sayap partai.

Berdasarkan analisa peneliti, penjelasan di atas menunjukkan bahwa dalam upaya meningkatkan angka partisipasi partai politik memiliki peran besar untuk membantu peningkatan angka partisipasi pemilih. Melalui kekuatan masa dan finansial yang dimilikinya dan berdasarkan aturan undang-undang yang ada partai

⁴⁰ UU Nomor 15 tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Pemilihan Umum

⁴¹ UU Nomor 2 tahun 2008 tentang Partai Politik

⁴² *Ibid*

politik dapat melakukan kegiatan-kegiatan sosialisasi kepada masyarakat untuk merangsang antusiasme masyarakat menggunakan hak pilihnya pada saat hari pemungutan suara. Selain itu, untuk merubah pola pikir masyarakat agar lebih baik lagi terhadap pelaksanaan pemilu, partai politik juga diuntut untuk memberikan pendidikan politik terhadap masyarakat supaya masyarakat memahami sebenarnya kenapa harus ada pemilu dan bagaimana menggunakan hak suaranya dengan baik dan benar.

Ketiga, peran media massa. Di era globalisasi seperti saat ini, media memiliki peran yang sangat besar dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Melalui media, komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat menjadi lebih mudah. Begitu juga dalam Pemilu, media menjadi saluran komunikasi yang sangat tepat untuk menyampaikan sosialisasi kepada masyarakat. Sebagai lembaga yang netral, saat ini media menjadi salah satu lembaga yang cukup dipercayai oleh masyarakat. Dengan begitu, dalam peningkatan partisipasi masyarakat media diharapkan mampu memberikan dorongan kepada masyarakat untuk mau menggunakan hak pilinya dalam Pemilu. Saat ini setidaknya ada beberapa media yang sangat efektif digunakan dalam peningkatan angka partisipasi politik masyarakat yaitu: stasiun televisi, radio, Koran atau majalah cetak, baliho atau spanduk dan tentunya media sosial.

Saat ini media bisa di gunakan sebagai alat alternatif untuk menyampaikan sosialisasi atau pesan yang ingin di sampaikan kepada masyarakat. Terutama media sosial, tidak bisa di pungkiri saat ini masyarakat dari kelompok muda hingga kelompok tua mayoritas sudah menggunakan media sosial sebagai sarana

mendapatkan informasi. Artinya media harus berperan aktif dan turut melibatkan diri ke tengah masyarakat sebagai alat yang menyampaikan pesan atau informasi secara real atau fakta, bukan malah menyampaikan informasi yang tidak benar. Maka dalam kaitannya untuk meningkatkan angka partisipasi pemilih pada saat pelaksanaan pemilu media memiliki peran besar di dalamnya.

Keempat, peran *Civil Society*. Organisasi masyarakat yang banyak bergerak dalam meningkatkan partisipasi politik masyarakat adalah LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat), ORMAS Islam Nahdatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah, OKP (Organisasi Kepemudaan), dan komunitas-komunitas yang bergerak di bidang sosial kemasyarakatan. Peran lembaga sosial tersebut pada intinya memiliki cara yang sama dalam meningkatkan angka partisipasi politik masyarakat. Yakni melakukan sosialisasi dan memberikan pendidikan politik kepada masyarakat. Dengan melibatkan banyak lembaga sosial tersebut diharapkan masyarakat dari berbagai elemen terdorong untuk berpartisipasi dalam menggunakan hak suaranya untuk meningkatkan angka partisipasi.

F. Kerangka Pemikiran Penelitian

