

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Komunikasi Politik

1. Pengertian Komunikasi Politik

Komunikasi politik adalah sebuah frase terdiri dari dua kata “komunikasi” dan “politik” yang mempunyai makna dan pengertian tersendiri sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya. Setelah digabungkan dua kata tersebut jadilah sebuah pengertian yang lebih luas, sebagaimana yang dijelaskan oleh para ahli. Komunikasi politik menurut Mc Nair yang dikutip oleh Hafied Cangara 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 denda.¹

Komunikasi politik kemudian digunakan oleh orang-orang yang terlibat dalam kegiatan per-politikan suatu negara untuk menjalin hubungan dengan orang lain, kelompok tertentu, atau rakyat dalam konteks yang lebih besar. Sehingga proses pencapaian tujuan komunikator-komunikator tersebut bisa tercapai sebagaimana mestinya. Dalam kondisi seperti di atas, biasanya saluran

¹ Hafied Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hlm. 36.

komunikasi yang digunakan melalui media massa, baik dengan bentuk rapat umum, konferensi pers, dan lain-lain. Baiklah, kita ambil contoh sederhana dari para calon wakil rakyat yang akhir-akhir ini semakin intens untuk berkomunikasi dan "dekat" dengan rakyat, mengkampanyekan keunggulan atau kelebihan mereka kepada khalayak, dengan menaruh harapan pada media massa pada umumnya untuk mendapatkan "anggukan kepala" khalayak bahwa "ya, kami memilihmu". Tentunya, dalam konteks seperti ini komunikasi yang digunakan oleh calon-calon wakil rakyat tersebut termasuk komunikasi politik dengan gaya retorika mereka masing-masing.

2. Bentuk-Bentuk Komunikasi Politik

Komunikasi politik memiliki beberapa tujuan penting antara lain, untuk membentuk citra politik yang baik dalam masyarakat, menciptakan public opinion atau pendapat umum, dan untuk ikut dalam pemilihan umum serta untuk mempengaruhi kebijakan-kebijakan publik dalam segala segi kehidupan berbangsa dan bermasyarakat.² Terdapat berbagai macam bentuk-bentuk komunikasi politik, namun bentuk-bentuk yang sudah biasa digunakan oleh para politikus adalah:

1) Retorika politik

Berasal dari kata dalam bahasa Yunani yaitu *rhetorica*, yang berarti seni berbicara. Asalnya digunakan dalam perdebatan-perdebatan di ruang sidang pengadilan untuk saling memengaruhi sehingga bersifat kegiatan

antarpersona. Kemudian berkembang menjadi kegiatan komunikasi massa, yaitu berpidato kepada orang banyak (khalayak).³

2) Agitasi politik

Berasal dari kata dalam bahasa Latin yaitu *agitare*, yang artinya bergerak atau menggerakkan dan dalam bahasa Inggris, *agitation*. Menurut Harbert Blumer yang dikutip oleh Anwar Arifin, agitasi dilakukan untuk membangkitkan rakyat kepada suatu gerakan politik, baik lisan maupun tulisan, dengan merangsang dan membangkitkan emosi khalayak. Dimulai dengan cara membuat kontradiksi dalam masyarakat, kemudian menggerakkan khalayak untuk menentang kenyataan hidup yang dialami selama ini (penuh ketidakpastian dan penuh penderitaan) dengan tujuan menimbulkan kegelisahan di kalangan massa.⁴

3) Propaganda politik

Propaganda (menyemaikan tunas suatu tanaman) adalah suatu salah bentuk kegiatan yang sudah lama dalam bidang politik. Penggunaan propaganda politik secara intensif dalam politik adalah dilakukan oleh Hitler (NAZI) dalam perang dunia II. Yaitu dengan melakukan kebohongan dengan cara menyebarkan ideologi NAZI (fasisme) untuk memperluas pengaruh dan kekuasaannya. Sebelumnya propaganda digunakan dalam bentuk kegiatan keagamaan (umat katolik), yaitu pada tahun 1622, Paus Gregorius XV

³ Anwar Arifin, *Komunikasi Politik: Paradigma Teori Aplikasi-aplikasi Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2003), hlm. 65.

⁴ *Ibid*, hlm. 66.

membentuk suatu komisi cardinal yaitu congregation de propaganda fide, untuk menambahkan keimanan kristiani.⁵

4) Kampanye politik

Bentuk kampanye komunikasi ini yang paling menarik dan semarak dilakukan menjelang hari pemilihan kampanye politik. Kampanye politik termasuk bentuk komunikasi politik yang dilakukan seseorang dalam waktu tertentu untuk memperoleh dukungan politik dari rakyat. Kampanye politik adalah penciptaan ulang, dan pengalihan lambang signifikan secara sinambung melalui komunikasi.⁶

Ada berbagai macam kampanye politik diantaranya sebagai berikut:

Pertama, dengan menggunakan media massa atau disebut juga dengan istilah persuasif massa. Metode ini biasanya dilakukan dalam bentuk “imbauan kepada massa dilakukan baik melalui hubungan tatap muka ataupun melalui jenis media perantara, yaitu: media elektronik, media cetak, atau poster.”⁷

Kedua, kampanye interpersonal, adalah kampanye yang dilakukan terhadap diri sendiri atau lebih kepada sikap-sikap pribadi. Hal-hal yang biasanya

⁵ *Ibid*, hlm.66

⁶ Dan Nimmo ter. Tjun Suparman, Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media, (Bandung: Rosdakarya), hlm. 173.

⁷ *Ibid*, hlm. 195

“dilakukan oleh para kandidat (atau istrinya, kerabat dekat, dan juru bicara utama) dalam setting yang relative informal.”⁸

Ketiga, kampanye organisasi. Didalam kampanye organisasi yang dilakukan adalah “mengerahkan anggota, dan memberikan tekanan kepada calon pejabat: serikat buruh, asosiasi perusahaan, kelompok agrikultur, organisasi hak sipil, lobby konsumen, pencinta lingkungan.” Hal tersebut semuanya dilakukan agar suara mengarah kepada kandidat yang berkompetensi dalam pemilu.⁹

B. Strategi Komunikasi Politik

1. Pengertian Strategi Komunikasi

Dari segi etimologi, kata strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu stratagos yang berasal dari kata stratagos yang berarti militer, yang berarti memimpin. Dalam konteks awalnya, strategi diartikan generalship atau sesuatu yang dilakukan oleh para jendral dalam membuat rencana untuk menaklukan musuh dan memenangkan perang, Sehingga tidak mengherankan jika pada awal perkembangannya istilah strategi digunakan popular dilingkungan militer.¹⁰

Strategi komunikasi merupakan perpaduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi

⁸ *Ibid*, hlm. 205.

⁹ *Ibid*, hlm. 206.

¹⁰ Setiawan Hari Purnomo dan Zuelkiflimansyah, *Manajemen Strategi Sebuah Konsep Pengantar*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI, 1999), hlm. 8

komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatannya bisa berbeda-beda tergantung pada suatu kondisi dan situasi.¹¹

Strategi Komunikasi perlu disusun secara luwes, sehingga taktik operasionalnya komunikasi dapat segera disesuaikan dengan fakto-faktor yang berpengaruh. Untuk mencapai tujuan komunikasi secara efektif, seorang strategis komunikasi perlu memahami sifat-sifat komunikasi dan pesan, guna dapat menentukan jenis media yang akan diambil dan teknik komunikasi yang akan ditetapkan.¹²

2. Pemahaman Strategi Komunikasi Politik

Strategi komunikasi politik merupakan sebuah taktik yang begitu berperan dalam kemenangan pemilihan umum. Keberhasilan strategi komunikasi politik memberikan sebuah kontribusi yang besar dalam menggunakan dan merencanakan strategi pasangan kandidat atau partai politik untuk menyusun tidak hanya dalam menghadapi pemilu namun juga pasca pemilu. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan tersebut. Strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan saja yang hanya menunjukkan peta arah saja melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.¹³

¹¹ Effendy, Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek....,hlm. 10.

¹² Onong Uchjana Effendy, Dinamika Komunikasi, (Bandung: PT. Remadja RosdaKarya, 2004), Hal.33.

¹³ *Ibid*, hlm. 32.

Politik dan strategi merupakan dua hal yang harus berjalan beriringan apabila mengejar tujuan berpolitik dalam kemenangan pemilu atau pilkada. Sementara itu strategi juga membutuhkan taktik, prasyarat dalam sebuah perencanaan adalah adanya perencanaan strategi. Perencanaan taktik dan pengambilan tindakan hanya dapat memiliki arti apabila sebuah strategi direncanakan secara teliti. Jadi perencanaan taktik dapat memberikan jawaban atas pertanyaan siapa, akan melakukan apa, kapan, dimana, bagaimana dan mengapa. Keputusan taktis semacam ini digunakan untuk mencapai setiap tujuan strategis. Keputusan-keputusan ini terutama tergantung pada pengenalan akan ruang lingkup, kerangka prasyarat, dan kemampuan pribadi. Oleh karena itu, perencanaan taktis hendaknya tidak direncanakan dari tingkat strategis, melainkan oleh pimpinan yang ada di tingkat taktis, karena hanya disinilah pengetahuan yang dibutuhkan berada.¹⁴

Strategi komunikasi politik dalam konteks pilkada, memiliki peran sentral dalam agenda meraih kemenangan. Seorang kandidat dalam hal ini tidak hanya mengandalkan popularitas maupun posisinya sebagai kandidat incumbent saja, namun ada strategi komunikasi politik yang bisa diaplikasikan sesuai dengan kondisi dan tempat dimana kontestasi diselenggarakan. Apabila untuk kandidat yang kurang memiliki popularitas di mata masyarakat, tentu membutuhkan atau

¹⁴ Schroder, Strategi Politik, (Jakarta: Friedrich-Noumann-Stiftung, 2004), hlm. 11

mencari strategi komunikasi yang efektif untuk mensosialisasikan visi misinya untuk memenangkan pertarungan antar kandidat dalam pilkada.¹⁵

Strategi komunikasi politik dalam konteks pemerintahan, 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 pemilukada.¹⁶

3. Tahapan-Tahapan Strategi Komunikasi Politik

Menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat. Akan lebih baik apabila dalam strategi itu diperhatikan komponen komponen komunikasi dan faktor-faktor pendukung dan penghambat pada setiap komponen tersebut.¹⁷

Menurut para pakar, Tahapan-tahapan strategi komunikasi sebagai berikut:

1) Mengamati permasalahan.

Merupakan gabungan dari aktivitas-aktivitas seperti meneliti, mengawasi pengetahuan, pendapat, sikap serta perilaku masyarakat yang memiliki

¹⁵ *Ibid*, hlm. 12

¹⁶ *Ibid*, hlm. 12

¹⁷ *Ibid*, hlm. 14

kepentingan terpengaruh oleh tindakan yang dilakukan. Sehingga mereka mencari dan berpatokan terhadap karakter public atau masyarakat. Ini merupakan pengetahuan dasar dari strategi komunikasi yang akan diimplementasikan.

2) Perencanaan dan pembuatan program

Setelah informasi dan data terkumpul, dalam rangka untuk menyusun program, tujuan, tindakan serta strategi komunikasi. Ini dilakukan apabila karakteristik masyarakat sudah diketahunya, karena bagaimanapun perencanaan dan program adalah tahap lanjutan dari tahap pengamatan permasalahan dari kondisi dan situasi di masyarakat.

3) Mengambil tindakan berkomunikasi

Tahap ini adalah implementasi dari perencanaan dan program yang telah diagendakan secara matang. Bagaimana mendisain citra atau image seefektif mungkin untuk menarik perhatian masyarakat. Ini dilakukan dalam rangka mengkomunikasikan pesan-pesan yang disampaikan secara komunikatif.¹⁸

4) Evaluasi program kerja

Tahap ini adalah mengevaluasi dari semua yang telah dilakukan dari mulai mengamati permasalahan, perencanaan dan program serta pelaksanaan dan komunikasi. Alasan dari evaluasi adalah untuk memfokuskan usaha, mengetahui keefektifan, mendukung manajemen baik dan emfasilitasi

¹⁸ *Ibid*, hlm. 15.

pertanggungjawaban. Dan pada tahap ini juga kita bisa mengetahui keberhasilan dan kesuksesan dari seluruh kegiatan yang telah dilakukan.¹⁹

C. Media Sosial Instagram

¹⁹ *Ibid*, hlm. 16.